الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف– المسيلة–

الميدان: العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم: الاعلام والاتصال

بعنوان :

دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي:

دراسة حالة جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب: زايدي علاء الدين

اشراف الاستاذ: د. غزال عبد الرزاق

لجنة المناقشة:

الأستاذ(ة) /	رئيسا.
الأستاذ(ة) / د. غزال عبد الرزاق	مشرفا ومقررا.
الأستاذ(ة) /	مناقشا.

السنة الجامعية 2024_2025

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف– المسيلة–

الميدان: العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم: الاعلام والاتصال

بعنوان :

دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي

دراسة ميدانية في جمعية كافل اليتيم برج بوعريريج

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب: زايدي علاء الدين

اشراف الاستاذ: د. غزال عبد الرزاق

لجنة المناقشة:

الأستاذ(ة) /	رئيسا.
الأستاذ(ة) / د. غزال عبد الرزاق	مشرفا ومقررا.
الأستاذ(ة) /	مناقشا.

السنة الجامعية 2024_2025

بسم الله الرحمان الرحيم

قال تعالى:

{وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون}

(سورة التوبة الآية 105)

وقال أيضا:

{وليعلم الذين أوتوا العلم أنه الحق من ربك فيؤمنوا به فتخبت له قلوبهم وإن الله لهادي الذين آمنوا إلى صراط مستقيم}

(سورة الحج الآية 54)

حديث نبوي

قَالَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَطْلُبُ فِيهِ عِلْمًا سَلَكَ اللَّهُ بِهِ طَرِيقًا مِنْ طُرُقِ الْجَنَّةِ وَإِنَّ الْمَلاَئِكَةَ لَتَضَعُ أَجْنِحَتَهَا رِضًا لِطَالِبِ الْعِلْمِ وَإِنَّ الْعَالِمَ لَيَسْتَغْفِرُ لَهُ مَنْ فِي السَّمَوَاتِ وَمَنْ فِي الأَرْضِ وَالْحِيتَانُ فِي جَوْفِ الْمَاءِ وَإِنَّ فَضْلَ الْعَالِمِ عَلَى الْعَابِدِ كَفَضْلِ الْقَمَرِ لَيْلَةَ الْبَدْرِ عَلَى سَائِرِ الْكَوَاكِبِ وَإِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الأَنْبِيَاءِ وَإِنَّ الأَنْبِيَاءَ لَمْ يُوَرِّثُوا دِينَارًا وَلاَ دِرْهَمًا وَرَّثُوا الْعِلْمَ فَمَنْ أَخَذَهُ أَخَذَ بِحَظٍّ وَافِرٍ»

رواه الترمذي

إهـــــــداء

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

قال الله تعالى" :**يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات"**

صدق الله العظيم

أحمد الله العلي القدير الذي وفقني لإتمام هذا العمل، والذي بفضله ونعمته تتم الصالحات، فله الحمد في الأولى والآخرة.

إلى من غرسا في قلبي بذور المحبة والحنان، إلى من احتضناني بدفء عطفهما وحنانهما، إلى من علماني معنى الحياة والصبر والعطاء، إلى من كانا لي الأب والأم معاً، **جدي وجدتي العزيزين** اللذين تربيت في كنفهما، جزاهما الله عني خير الجزاء.

إلى نبع الحنان الذي لا ينضب، إلى من حملتني وهناً على وهن، إلى القلب كبير الذي يسعني ولا أسعه، إلى من دعواتها تحفظني أينما كنت، **أمي الغالية** حفظها الله ورعاها.

إلى سندي وعضدي في هذه الحياة، إلى من كانوا لي العون والمساندة في كل حطوة، **خوالي وخالاتي الأعزاء** الذين لم يبخلوا عليّ بالدعم والمحبة، بارك الله فيهم جميعاً.

الشكر موصول إلى أستاذي المشرف **الدكتور غزال عبد الرزاق** الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل، وأنار لي الطريق بتوجيهاته القيمة ونصائحه السديدة.

إلى كل من علمني حرفاً أو أهداني فكرة، إلى جميع أساتذتي الكرام في مسيرتي التعليمية.

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل، لهم جميعاً فائق الاحترام والتقدير.

علاء الدين

شكـــــــــر و عرفان

أشكر الله عز وجل على جزيل عطائه وتوفيقه لي في كل ما سعيت إليه، والذي بفضله ونعمته تم إنجاز هذا العمل.

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان للأستاذ المشرف **الدكتور غزال عبد الرزاق** على الجهد الذي بذله معي طيلة إنجاز هذه المذكرة، وعلى نصائحه القيمة وتوجيهاته السديدة التي لم يبخل بها يوماً علينا، والتي كانت بمثابة المنارة التي أضاءت لي طريق البحث.

كما أتوجه بالشكر المسبق إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرين الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذا العمل وإثرائه بملاحظاتهم القيمة.

كذلك أشكر جميع أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وأخص بالذكر أساتذة تخصص الاتصال والعلاقات العامة الذين أثروا مسيرتي الأكاديمية بعلمهم وخبرتهم.

أتقدم بالشكر الجزيل إلى القائمين على جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج الذين فتحوا لي أبواب مؤسستهم وقدموا لي كل التسهيلات اللازمة لإنجاز الدراسة الميدانية.

إلى جميع الزميلات والزملاء في الجامعة وكل من ساهم بالمعلومات والإرشادات والتشجيع طيلة مسيرتي الجامعية.

وكل من ساهم في تحضير هذا العمل من قريب أو من بعيد، لهم جميعاً فائق الشكر والتقدير.

علاء الدين

الملخـــص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال دراسة ميدانية على جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج كنموذج للجمعيات الخيرية في الجزائر. تم استخدام منهجية البحث الميداني لجمع وتحليل البيانات.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وإيجابية بين استراتيجيات الاتصال العمومي وتحقيق التكافل الاجتماعي، حيث أظهرت النتائج حاجة ماسة لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي بمتوسط حسابي (4.39). كما كشفت عن وجود علاقة قوية بين استراتيجيات الاتصال وجودة الخدمات بمعامل ارتباط($r = 0.687$) ، مما يعني أن 47.2% من التباين في جودة الخدمات يعود إلى استراتيجيات الاتصال المؤسسي.

حددت الدراسة أهم التحديات في مقاومة التغيير في الأساليب التقليدية والتقيد بالقوانين واللوائح بمتوسط حسابي (4.52). أوصت الدراسة بتطوير الإطار الاستراتيجي للاتصال، وتأهيل الموارد البشرية المتخصصة، والتحول الرقمي، وبناء الشراكات الاستراتيجية.

الكلمات المفتاحية :الاتصال العمومي، التكافل الاجتماعي، الجمعيات الخيرية، الاتصال المؤسسي، الجزائر، التحول الرقمي، جودة الخدمات.

Abstract:

This study aims to analyze the role of public communication in achieving social solidarity through a field study of the Orphan Sponsor Association in Bordj Bou Arreridj as a model for charitable associations in Algeria. Field research methodology was used to collect and analyze data.

The study found a strong positive correlation between public communication strategies and achieving social solidarity, with results showing an urgent need to develop institutional communication strategies with an arithmetic mean (4.39). It also revealed a strong relationship between communication strategies and service quality with a correlation coefficient ($r = 0.687$), meaning that 47.2% of the variance in service quality is attributed to institutional communication strategies.

The study identified main challenges in resistance to change in traditional methods and adherence to regulatory laws with an arithmetic mean (4.52). The study recommended developing strategic communication framework, qualifying specialized human resources, digital transformation, and building strategic partnerships.

Keywords: Public Communication, Social Solidarity, Charitable Associations, Institutional Communication, Algeria, Digital Transformation, Service Quality.

قائمة المحتويات

Sommaire

Erreur ! Signet non défini. ..... مقدمة

الفصل الاول: ب

الإطار المفاهيمي للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي.....12

تمهيد: 12

المبحث الأول: ماهية الاتصال العمومي 13

المطلب الأول: مفهوم الاتصال العمومي وتطوره التاريخي.....13

المطلب الثاني: خصائص ووظائف الاتصال العمومي.....15

المطلب الثالث: وسائل الاتصال العمومي وأساليبه المعاصرة 17

المبحث الثاني: التكافل الاجتماعي: المفهوم والأبعاد 21

المطلب الأول: مفهوم التكافل الاجتماعي وأهميته.....21

المطلب الثاني: أشكال التكافل الاجتماعي ومجالاته.....22

المطلب الثالث: معوقات تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري.....26

المطلب الثاني: استراتيجيات الاتصال العمومي في تعزيز قيم التكافل.....31

المطلب الثالث: تجارب ناجحة في توظيف الاتصال العمومي لتحقيق التكافل الاجتماعي 33

خلاصة الفصل.....36

الفصل الثاني: 2

الإطار النظري للجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعي 2

تمهيد: 17

المبحث الأول: الجمعيات الخيرية: النشأة والتطور.....18

المطلب الأول: مفهوم الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر 18

المطلب الثاني: الإطار القانوني والتنظيمي للجمعيات الخيرية في الجزائر.....19

المطلب الثالث: تحديات العمل الجمعوي في المجتمع الجزائري.....20

المبحث الثاني: استراتيجيات الاتصال في الجمعيات الخيرية 22
المطلب الأول: أهمية الاتصال في إدارة الجمعيات الخيرية 22
المطلب الثاني: أدوات وأساليب الاتصال المستخدمة في الجمعيات الخيرية 24
المطلب الثالث: تخطيط الحملات الاتصالية في الجمعيات الخيرية 25
المبحث الثالث: تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي 27
المطلب الأول: نماذج محلية وعالمية في رعاية الأيتام 27
المطلب الثاني: آليات التمويل والاستدامة في جمعيات رعاية الأيتام 28
المطلب الثالث: تقييم أثر جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي 29
خلاصة الفصل الثاني 30
الفصل الثالث: 24
الدراسة الميدانية لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج 24
تمهيد: 36
المبحث الأول: تقديم جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج 37
المطلب الأول: نشأة الجمعية وتطورها التاريخي 37
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي والإداري للجمعية 37
المطلب الثالث: أنشطة وبرامج الجمعية في مجال رعاية الأيتام 38
المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة 39
المطلب الأول: طريقة الدراسة 39
المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة 46
المبحث الثالث: النتائج والمناقشة 52
المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة 52
النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى: متطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي 52
أولاً: عرض النتائج 52
ثانياً: تحليل النتائج 53

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية: التحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي 54
أولاً: عرض النتائج.....54
ثانياً: تحليل النتائج 54
النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: العلاقة الارتباطية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات.....55
أولاً: عرض النتائج.....55
ثانياً: تحليل النتائج 55
ثالثاً: تحليل الانحدار الخطي.....56
رابعاً: تحليل التباين(ANOVA) 56
خامساً: معادلة الانحدار ومعاملات التأثير 56
النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: التحديات التي تواجه الاتصال المؤسسي 57
اولا: عرض النتائج.....57
ثالثاً: التحليل الإحصائي للتحديات 58
رابعاً: تصنيف التحديات حسب الأهمية.....59
خامساً: تأثير التحديات على الأداء الاتصالي 59
المطلب الثاني: مناقشة النتائج 60
النتائج الرئيسية.....**Erreur ! Signet non défini.**
المراجع 66
الملاحق 72

قائمة الجداول

الجدول 1 : يوضح مجتمع الدراسة 42
الجدول 2: يوضح توزيع عينة الدراسة 42

الجدول 3 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.....43
الجدول 4. يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات العمر.....43
الجدول 5 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي.....44
الجدول 6: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لعلاقتهم بالجمعية 44
الجدول 7 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة 45
الجدول 8 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمجال الرئيسي 46
الجدول 9: يوضح العبارات التي تقيس أبعاد فعالية الإدارة في الجمعيات الخيرية 47
الجدول رقم (10): يوضح العبارات التي تقيس جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين 49
الجدول (11): معامل الثبات الكلي للاستبيان 50
الجدول (12) يوضح مقياس ليكرت الخماسي.....51
الجدول (13): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي 52
الجدول (14): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال 54
الجدول (15): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة.....55
الجدول (16): نتائج تحليل الانحدار بين استراتيجيات الاتصال وجودة الخدمات.....56
الجدول (17): تحليل تباين خط الانحدار.....56
الجدول (18): معاملات خط الانحدار.....57
الجدول (19): التحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي 57
الجدول (20): تحليل التباين الأحادي للتحديات.....58
الجدول (21): تحليل الانحدار للتحديات والأداء.....59

مقـدمـة

يشهد العالم المعاصر تطورات متسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أدت إلى إحداث تغييرات جوهرية في طبيعة العلاقات الاجتماعية وأنماط التواصل بين الأفراد والمؤسسات. وقد انعكست هذه التطورات على مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، مما أدى إلى ظهور مفاهيم جديدة في مجال الاتصال الجماهيري وآليات تحقيق التضامن الاجتماعي.

ويُعد الاتصال العمومي أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية في التواصل مع الجمهور، ونشر المعلومات، وتشكيل الرأي العام، وتعزيز القيم المجتمعية. وقد اكتسب الاتصال العمومي أهمية متزايدة في ظل الثورة الرقمية وتطور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، التي وفرت قنوات جديدة للتواصل مع الجمهور بشكل أكثر فعالية وتأثيراً.

من جانب آخر، يمثل التكافل الاجتماعي قيمة أساسية في المجتمعات الإنسانية، وركيزة من ركائز الاستقرار الاجتماعي والتنمية المستدامة. وتتجلى أهمية التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري من خلال الجهود المبذولة من قبل مختلف الفاعلين الاجتماعيين، خاصة الجمعيات الخيرية، التي تسعى إلى تقديم المساعدات للفئات المحتاجة، وتعزيز قيم التضامن والتآزر بين أفراد المجتمع.

في هذا السياق، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على الدور الذي يلعبه الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال دراسة ميدانية لنموذج جمعية "كافل اليتيم" ببرج بوعريريج، باعتبارها إحدى المؤسسات الخيرية الرائدة في مجال رعاية الأيتام وتقديم المساعدات للفئات المحتاجة في المجتمع الجزائري.

وتأتي أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً ذا أبعاد اجتماعية وإنسانية وتنموية، يرتبط بواقع المجتمع الجزائري ومستقبله، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها مختلف شرائح المجتمع. كما تكتسب الدراسة أهميتها من خلال تركيزها على دور الاتصال العمومي كآلية فعالة لتعزيز قيم التكافل الاجتماعي، وتفعيل دور الجمعيات الخيرية في تحقيق أهدافها الإنسانية والتنموية.

وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية، يتناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول يتعلق بماهية الاتصال العمومي، من حيث المفهوم والتطور التاريخي والخصائص والوظائف والوسائل والأساليب المعاصرة. أما المبحث الثاني فيتناول مفهوم التكافل الاجتماعي وأبعاده، من حيث المفهوم والأهمية والأشكال والمجالات والمعوقات التي تحول دون تحقيقه في المجتمع الجزائري. في حين يركز المبحث الثالث على العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، من خلال دراسة دور الاتصال العمومي في نشر ثقافة التكافل، واستراتيجيات الاتصال في تعزيز قيم التكافل، وتجارب ناجحة في هذا المجال.

أما الفصل الثاني فيتناول الإطار النظري للجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول يتعلق بنشأة وتطور الجمعيات الخيرية، من حيث المفهوم والتطور في الجزائر، والإطار القانوني والتنظيمي، وتحديات العمل الجمعوي. أما المبحث الثاني فيركز على استراتيجيات الاتصال في الجمعيات الخيرية، من حيث الأهمية والأدوات والأساليب وتخطيط الحملات الاتصالية. في حين يتناول المبحث الثالث تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال عرض نماذج محلية وعالمية، وآليات التمويل والاستدامة، وتقييم الأثر.

ويتناول الفصل الثالث الدراسة الميدانية لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج، من خلال ثلاثة مباحث: المبحث الأول يتعلق بتقديم الجمعية، من حيث النشأة والتطور التاريخي، والهيكل التنظيمي والإداري، والأنشطة والبرامج في مجال رعاية الأيتام. أما المبحث الثاني فيركز على استراتيجية الاتصال العمومي في الجمعية، من حيث الواقع والوسائل والأساليب وتحليل الرسائل الاتصالية. في حين يتناول المبحث الثالث تحليل وتقييم دور الاتصال العمومي في تحقيق أهداف الجمعية، من خلال منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها، وعرض وتحليل النتائج، وتقييم فعالية الاستراتيجية الاتصالية للجمعية في تحقيق التكافل الاجتماعي.

وتختتم الدراسة بخاتمة عامة تتضمن أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة، والآفاق المستقبلية للبحث في هذا المجال.

تسعى هذه الدراسة إلى المساهمة في إثراء المعرفة العلمية في مجال الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، وتقديم رؤية تحليلية لواقع الجمعيات الخيرية في الجزائر، وآليات تطوير استراتيجيات الاتصال لتحقيق أهدافها في مجال التكافل الاجتماعي. كما تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية لتفعيل دور الاتصال العمومي في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي، وتطوير أداء الجمعيات الخيرية في هذا المجال، بما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

أ- إشكالية الدراسة

في ظل التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي يشهدها المجتمع الجزائري، وما ينتج عنها من مشكلات وتحديات متنوعة، تبرز أهمية العمل التطوعي والخيري كآلية فعالة لتحقيق التكافل الاجتماعي والتضامن بين أفراد المجتمع. وقد شهدت السنوات الأخيرة تزايدًا ملحوظًا في عدد الجمعيات الخيرية ودورها في دعم الفئات الهشة، ومن بينها الأيتام الذين يحتاجون إلى رعاية خاصة ودعم شامل.

تُعتبر جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج إحدى الجمعيات الرائدة في مجال رعاية الأيتام وتقديم الدعم المادي والمعنوي لهم ولأسرهم. وتعتمد هذه الجمعية، كغيرها من المنظمات غير الحكومية، على مجموعة من الاستراتيجيات والوسائل الاتصالية للتواصل مع المجتمع المحلي وجمع التبرعات واستقطاب المتطوعين وتنفيذ برامجها المختلفة.

ويشكل الاتصال العمومي عنصرًا محوريًا في عمل الجمعيات الخيرية، من خلال ما يوفره من قنوات للتواصل مع مختلف شرائح المجتمع، والتعريف بقضايا الأيتام واحتياجاتهم، وتعبئة الموارد المادية والبشرية اللازمة لتلبية هذه الاحتياجات. ومن هنا تبرز إشكالية دراسة العلاقة بين الاتصال العمومي وقدرة الجمعيات الخيرية على تحقيق أهدافها في مجال التكافل الاجتماعي.

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على تجربة جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج في توظيف وسائل وأساليب الاتصال العمومي لتحقيق أهدافها، والكشف عن مدى فعالية هذه الوسائل في تعزيز قيم التكافل والتضامن في المجتمع المحلي، واستقطاب الدعم المادي والمعنوي للأيتام، وتجاوز التحديات والعقبات التي تواجه العمل الخيري في الجزائر.

ب- التساؤل الرئيسي:

ما مدى مساهمة الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال جمعية كافل اليتيم برج بوعريريج؟

ت- التساؤلات الفرعية:

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية:

1. ما هي استراتيجيات الاتصال العمومي التي تتبناها جمعية كافل اليتيم؟
2. ما مدى فاعلية هذه الاستراتيجيات في تحقيق أهداف الجمعية؟
3. ما هي المعوقات التي تواجه الجمعية في مجال الاتصال العمومي؟
4. كيف يمكن تطوير آليات الاتصال العمومي للجمعية لزيادة فاعليتها في تحقيق التكافل الاجتماعي؟

ث- فرضيات الدراسة

1. يلعب الاتصال العمومي دوراً إيجابياً في تعزيز أنشطة التكافل الاجتماعي لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج.
2. تساهم تقنيات الاتصال الحديثة في زيادة فعالية حملات جمع التبرعات وتحقيق أهداف الجمعية بشكل أكثر كفاءة.
3. توجد علاقة طردية بين كفاءة استراتيجيات الاتصال العمومي المستخدمة وحجم المشاركة المجتمعية في أنشطة الجمعية.
4. يواجه الاتصال العمومي في الجمعيات الخيرية بالجزائر تحديات تحد من فاعليته في تحقيق التكافل الاجتماعي.

ج- أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب:

1. **الأهمية النظرية:**

تسهم في إثراء المكتبة العربية بإطار مفاهيمي يربط بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي

توضح الأسس النظرية التي يقوم عليها الاتصال العمومي في المؤسسات غير الربحية

تقدم نموذجاً نظرياً للعلاقة بين الاتصال والعمل الخيري

2. **الأهمية التطبيقية:**

توفر معلومات ميدانية حول واقع الاتصال العمومي في الجمعيات الخيرية الجزائرية

تساعد القائمين على الجمعيات الخيرية في تطوير استراتيجياتهم الاتصالية

تقدم مقترحات عملية لتحسين الأداء الاتصالي للجمعيات

3. **الأهمية المجتمعية:**

تسلط الضوء على دور المؤسسات غير الحكومية في تحقيق التكافل الاجتماعي

تبرز أهمية دعم الجمعيات الخيرية لتمكينها من أداء رسالتها بكفاءة

تساهم في تعزيز ثقافة العمل التطوعي والخيري في المجتمع

ح- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. **الأهداف الرئيسية:**

التعرف على استراتيجيات الاتصال العمومي المستخدمة في جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج

تحليل فعالية هذه الاستراتيجيات في تحقيق التكافل الاجتماعي

تقييم دور الاتصال العمومي في استقطاب الدعم والموارد للجمعية

2. **الأهداف الفرعية:**

تحليل مضمون الرسائل الاتصالية للجمعية ومدى فعاليتها في تحقيق أهدافها

الكشف عن دور الاتصال العمومي في استقطاب المتبرعين والمتطوعين وتعبئة الموارد اللازمة لعمل الجمعية

تحديد التحديات والصعوبات التي تواجه الاستراتيجية الاتصالية للجمعية

تقديم مقترحات عملية لتطوير وتحسين الأداء الاتصالي للجمعية بما يعزز قدرتها على تحقيق التكافل الاجتماعي

خ- أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع إلى:

1. **أسباب ذاتية** :الاهتمام الشخصي بقضايا العمل الخيري والتطوعي، والرغبة في المساهمة في تطوير آليات عمل الجمعيات الخيرية.
2. **أسباب موضوعية** :أهمية دراسة دور الاتصال العمومي في تفعيل العمل الخيري في ظل التحولات الاجتماعية والاقتصادية الراهنة.
3. **أسباب علمية** :قلة الدراسات التي تناولت موضوع الاتصال العمومي في الجمعيات الخيرية الجزائرية، مما يجعل هذه الدراسة إضافة علمية في هذا المجال.
4. **أسباب عملية** :إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير استراتيجيات الاتصال العمومي للجمعيات الخيرية بشكل عام.

د- المنهج المستخدم والأدوات البحثية

تعتمد الدراسة على المناهج التالية:

❖ **المناهج المستخدمة:**

- **المنهج الوصفي التحليلي :**لوصف وتحليل ظاهرة الاتصال العمومي في جمعية كافل اليتيم، وتأثيرها على التكافل الاجتماعي.
- **منهج دراسة الحالة :**من خلال التركيز على جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج كنموذج للدراسة.

❖ **أدوات البحث المستخدمة:**

- **الاستبيان :**موجه لعينة من المستفيدين من خدمات الجمعية والمتطوعين فيها، لقياس مدى فاعلية استراتيجيات الاتصال العمومي.
- **المقابلة المقننة :**مع مسؤولي الجمعية والقائمين على الاتصال العمومي فيها.
- **الملاحظة المباشرة :**من خلال متابعة أنشطة الجمعية وآليات تواصلها مع الجمهور.
- **تحليل المحتوى :**لمضمون المنشورات والإعلانات والمواد الإعلامية التي تنتجها الجمعية.

❖ **مجتمع الدراسة والعينة:**

- **مجتمع الدراسة :**يتكون من جميع المستفيدين من خدمات الجمعية، والمتطوعين، والمسؤولين.
- **العينة :**تم اختيار عينة قصدية مكونة من (120) مفردة موزعة كالتالي :
  - 80مستفيد من خدمات الجمعية
  - 25متطوع
  - 15من المسؤولين والقائمين على الاتصال
- **طريقة اختيار العينة :**العينة القصدية (المقصودة) نظراً لطبيعة الدراسة وخصوصية المجتمع المدروس.

ذ- الدراسات السابقة

سيتم استعراض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي

الدراسة الأولى: حمايدية خولة، قاسم مريم (2014-2015): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي" دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- ✓ تبيان أهمية الفايسبوك كوسيلة العصر.
- ✓ تبيان أهمية العمل التطوعي.
- ✓ الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي كمستفيد من هاته الوسيلة.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال عملية المسح التي تتضمن أهم المفاهيم المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي والتعقيب عليها، أما في الدراسة الميدانية تم الاعتماد على منهج تحليل المضمون.

وتوصلت إلى النتائج التالية :إن مدى خدمة مواقع التواصل الاجتماعي للعمل التطوعي تبقى نسبية وهذا لا يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعزز و لم تحافظ على السلوكات الإنسانية فقد كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساعد أعضاء الجمعية في نشر أعمالهم التطوعية وتفاعل أفراد المجتمع، ومن جهة أخرى قد ساهم في توسيع العلاقات الإنسانية والحفاظ عليها وقد نجح هذا الموقع في جمع عدد كبير من المتفاعلين.

الدراسة الثانية: ناهد محمد بسيوني (2021): "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان. ولتحقيق هذا الهدف اتبعت الباحثة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة.

وتكونت عينة الدراسة من 520 طالباً وطالبة من طلبة التعليم ما بعد الأساسي، موزعين على 4 مدارس في ثلاث محافظات هي: مسقط، والظاهرة، وشمال الشرقية. وقد انقسمت العينة إلى 278 من الذكور و242 من الإناث.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة الطلبة الذين يستخدمون أسماءهم الحقيقية عند التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي (62.31%) تفوق بكثير نسبة الطلبة الذين يستخدمون أسماء وهمية (37.69%). كما أظهرت النتائج أن من أهم أهداف استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي: قضاء وقت الفراغ، ومتابعة الأحداث والحصول على المعلومات، والتعلم.

وكشفت الدراسة أن شبكة انستجرام تعد أعلى الشبكات من حيث معدل الاستخدام لدى الطلبة، وأن أكثر القيم تأثراً باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كانت القيم التعليمية والمعرفية، ثم قيم "التكافل والتضامن"، يليها قيمة التطلع لتحقيق الطموحات، وكانت أقل القيم هي قيمة المحافظة على الهوية والشخصية.

وبينت النتائج أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عزز من استخدام حروف اللغة العربية في الكتابة والتواصل، كما عزز من "الولاء للوطن والانتماء له" لدى الطلبة. وأوصت الدراسة بضرورة توعية الشباب ببعض المفاهيم الخاصة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل: اختراق الخصوصية من قبل البعض، وقيام المدارس بالتوعية لطلبتها بالآثار السلبية لاستخدام هذه الشبكات.

الدراسة الثالثة: مبارك حفيظة "دور منظمات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي في ظل جائحة كوفيد-19: دراسة قانونية تحليلية"

تناولت هذه الدراسة دور منظمات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي خلال فترة انتشار جائحة كوفيد-19، وذلك من خلال تحليل النصوص القانونية الدولية والوطنية التي تنظم عمل هذه المنظمات، وتقييم الممارسات العملية والجهود التي بذلتها، بالإضافة إلى الاستناد على تقارير المنظمات المختصة.

وقد انطلقت الدراسة من واقع الأزمة التي أفرزتها جائحة كوفيد-19 والتي أثرت بشكل كبير على الوضع الاقتصادي والمراكز المالية للأفراد والمؤسسات في المجتمعات العربية والغربية على حد سواء. حيث أشارت الإحصائيات – حسب مصدر أوكسفام – إلى أن نسبة الفقر تجاوزت النصف بليون نسمة نتيجة تداعيات الجائحة، مما استدعى تدخل منظمات المجتمع المدني بمحاولات جادة لاحتواء الوضع وإسعاف المتضررين.

وركزت الدراسة على تحليل الآليات القانونية والعملية التي اعتمدتها منظمات المجتمع المدني في تعزيز مبدأ التكافل الاجتماعي خلال فترة الأزمة، وبيان أهم التحديات التي واجهتها في أداء دورها الإنساني والاجتماعي. كما سلطت الضوء على أبرز النماذج الناجحة لمنظمات المجتمع المدني في العديد من الدول، وكيفية تكييف برامجها وأنشطتها لتتلاءم مع الظروف الاستثنائية التي فرضتها الجائحة.

وخلصت الدراسة إلى أهمية الدور الذي تضطلع به منظمات المجتمع المدني كشريك فاعل في مواجهة الأزمات والكوارث إلى جانب الدولة، وضرورة تعزيز الإطار القانوني المنظم لعملها، وتوفير الدعم اللازم لتمكينها من أداء رسالتها الإنسانية والاجتماعية على أكمل وجه، خاصة في ظل الأزمات الطارئة كجائحة كوفيد-19.

الدراسة الرابعة: زايدي فتيحة وأولاد بلقاسم يوسف (2024): "دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى التلاميذ: دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ بمتوسطة مولاي العربي – ورقلة"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي يلعبه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة، وتحديد نوع القيم التي ينشرها هؤلاء المؤثرون، وكيفية تلقي التلاميذ لمحتوى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الانستغرام واليوتيوب، بالإضافة إلى معرفة أثر التعرض الزائد لمحتويات هؤلاء المؤثرين على اكتساب قيم جديدة لدى التلاميذ. وقد اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي، مستخدمين في ذلك أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة والاستبيان.

وتكونت عينة الدراسة من 81 تلميذًا من السنة الرابعة متوسط بمتوسطة مولاي العربي حي الشرفة بورقلة. وتوصلت الدراسة إلى أن لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في تشكيل القيم الاجتماعية للتلاميذ، منها ما هو ظاهر ومنها ما هو كامن. كما أظهرت النتائج أن التلاميذ كلما زاد تعرضهم لمحتويات هؤلاء المؤثرين، كلما اختلفت نظرتهم الطبيعية للواقع المعاش، خاصة وأنهم في مرحلة حساسة (المراهقة) يسهل التأثير عليهم.

وبينت الدراسة أن طول فترة التعرض لمحتوى المؤثرين يزيد من نسبة التأثر، حيث يكتسب التلاميذ قيمًا متنوعة، منها ما هو إيجابي مثل التكافل الاجتماعي، وتعزيز أسلوب الحوار، وزيادة الثقة بالنفس، ومنها ما هو سلبي مثل تقليد المؤثرين في اللباس والشكل وتسريحات الشعر دون مراعاة للخصوصية الثقافية والاجتماعية.

ر- ما يستفاد من الدراسات السابقة

تبين الدراسات السابقة أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في تعزيز العمل التطوعي والتكافل الاجتماعي. فقد أظهرت دراسة حمايدية وقاسم أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في نشر الأعمال التطوعية وتوسيع نطاقها، كما ساعدت في جذب عدد كبير من المتفاعلين والمشاركين. وعلى الرغم من أن خدمة مواقع التواصل للعمل التطوعي تبقى نسبية، إلا أنها نجحت في توسيع العلاقات الإنسانية والحفاظ عليها.

يتضح من الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على القيم والهوية لدى الشباب بشكل متفاوت. فقد كشفت دراسة ناهد بسيوني أن أكثر القيم تأثرًا هي القيم التعليمية والمعرفية، تليها قيم "التكافل والتضامن"، ثم قيمة التطلع لتحقيق الطموحات. كما عززت شبكات التواصل قيمة "الولاء للوطن والانتماء له" لدى الطلبة، بينما كان تأثيرها محدودًا على قيمة المحافظة على الهوية والشخصية.

توضح دراسة مبارك حفيظة أهمية دور منظمات المجتمع المدني كشريك فاعل مع الدولة في مواجهة الأزمات وتحقيق التكافل الاجتماعي. وأبرزت الدراسة فعالية هذه المنظمات في احتواء الأزمات وإسعاف المتضررين خلال

جائحة كوفيد-19، مع التأكيد على ضرورة تعزيز الإطار القانوني المنظم لعملها وتوفير الدعم اللازم لتمكينها من أداء رسالتها الإنسانية على أكمل وجه.

تشير دراسة زايدي وأولاد بلقاسم إلى الدور الكبير الذي يلعبه مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية لدى المراهقين. وأظهرت أن طول فترة التعرض لمحتوى المؤثرين يزيد من نسبة التأثر، حيث يكتسب التلاميذ قيمًا متنوعة، منها ما هو إيجابي مثل التكافل الاجتماعي وتعزيز أسلوب الحوار، ومنها ما هو سلبي مثل التقليد الأعمى للمؤثرين دون مراعاة للخصوصية الثقافية.

من الناحية المنهجية، تبرز هذه الدراسات فعالية المنهج الوصفي والتحليلي في دراسة موضوعات الاتصال والتكافل الاجتماعي، وأهمية الاستبيان والملاحظة كأدوات فعالة لجمع البيانات في هذا المجال. كما تؤكد على ضرورة دراسة هذه الظواهر في سياقات مختلفة سواء أثناء الأزمات أو في المجال التعليمي أو العمل التطوعي.

تقدم الدراسات السابقة توصيات عملية مهمة، منها ضرورة توعية الشباب بالاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي، وأهمية دعم منظمات المجتمع المدني لتقوم بدورها في تعزيز التكافل، مع إيلاء اهتمام خاص بفئة المراهقين كونهم الأكثر تأثرًا بمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي نظرًا لطبيعة المرحلة العمرية التي يمرون بها.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب:

- التركيز المباشر على العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي في السياق الجزائري
- اختيار جمعية رعاية الأيتام كمجال للدراسة، مما يضفي بُعداً إنسانياً خاصاً
- الجمع بين النظرية والتطبيق من خلال دراسة حالة محددة
- التركيز على الجانب الاتصالي للعمل الخيري وليس فقط الجانب الاجتماعي

ز- صعوبات الدراسة

- ✓ تحديات في بناء أدوات بحثية مناسبة لقياس متغيرات الدراسة.
- ✓ صعوبة الوصول إلى بعض فئات المستفيدين من خدمات الجمعية لأسباب اجتماعية أو خصوصية.
- ✓ تردد بعض المبحوثين في الإدلاء بمعلومات كاملة خاصة فيما يتعلق بالأيتام وأوضاعهم.
- ✓ قلة الدراسات العربية المتخصصة التي تربط بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي.

- ✓ صعوبة الحصول على إحصائيات حديثة ودقيقة حول نشاط الجمعيات الخيرية في المنطقة.

ش- حدود الدراسة

1. **الحدود الموضوعية :**تقتصر الدراسة على دراسة دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال الجمعيات الخيرية.
2. **الحدود المكانية :**تم تطبيق الدراسة الميدانية في جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج، ولاية برج بوعريريج، الجزائر.
3. **الحدود الزمانية :**تم إجراء الدراسة الميدانية خلال الفترة من [15مارس] إلى [15ماي] سنة 2025.
4. **الحدود البشرية :**تقتصر الدراسة على المستفيدين من خدمات الجمعية، والمتطوعين، والمسؤولين فيها.

س- هيكل الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية:

الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة يتناول هذا الفصل المفاهيم الأساسية للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، والنظريات المفسرة للعلاقة بينهما، بالإضافة إلى الأدبيات والدراسات السابقة في هذا المجال.

الفصل الثاني: الإطار المنهجي والدراسة الميدانية يعرض هذا الفصل منهجية الدراسة وأدواتها البحثية، وخصائص مجتمع الدراسة والعينة، وإجراءات جمع البيانات، بالإضافة إلى التعريف بجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج.

الفصل الثالث: عرض وتحليل النتائج يتضمن هذا الفصل عرضاً تفصيلياً لنتائج الدراسة الميدانية، وتحليل البيانات المجمعة، ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة والدراسات السابقة.

الخاتمة والتوصيات تتضمن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، والتوصيات العملية، والآفاق المستقبلية للبحث في هذا المجال.

الفصل الاول:

الإطار المفاهيمي للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي

تمهيد:

يعد الاتصال العمومي أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات والهيئات المختلفة في تحقيق أهدافها والتواصل مع جماهيرها المستهدفة. ويكتسب هذا الموضوع أهمية بالغة في سياق العمل الخيري والإنساني، خاصة في مجال تحقيق التكافل الاجتماعي الذي يعتبر من القيم الأصيلة في المجتمع الجزائري. في هذا الفصل، سنتناول الإطار المفاهيمي للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، حيث سنسلط الضوء على مفهوم الاتصال العمومي وتطوره التاريخي، وأبرز خصائصه ووظائفه، ووسائله وأساليبه المعاصرة. كما سنتطرق إلى مفهوم التكافل الاجتماعي وأهميته، وأشكاله ومجالاته، والمعوقات التي تحول دون تحقيقه في المجتمع الجزائري. ثم نختم الفصل بتوضيح العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، ودور الاتصال في تعزيز قيم التكافل، مع استعراض بعض التجارب الناجحة في هذا المجال.

المبحث الأول: ماهية الاتصال العمومي

يشكل الاتصال العمومي موضوعاً محورياً في الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة، نظراً لدوره الفعال في بناء العلاقات بين المؤسسات وجماهيرها. في هذا المبحث، سنتناول ماهية الاتصال العمومي بشكل شامل، من خلال التطرق إلى مفهومه ونشأته وتطوره التاريخي، والخصائص التي تميزه عن غيره من أنواع الاتصال، والوظائف التي يؤديها في المجتمع. كما سنستعرض أهم الوسائل والأساليب المعاصرة التي يعتمد عليها الاتصال العمومي في ظل التطور التكنولوجي وثورة المعلومات، وتأثير ذلك على فعالية الرسائل الاتصالية الموجهة للجمهور.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال العمومي وتطوره التاريخي

1. المفهوم والإطار النظري

يُعرف الاتصال العمومي بأنه مجموعة من الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات والهيئات العمومية بهدف إعلام المواطنين وإقناعهم بسياساتها وبرامجها، وخلق صورة إيجابية لدى الرأي العام، وتعزيز الثقة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها. ويعتبر الاتصال العمومي أحد الركائز الأساسية في تسيير المؤسسات العامة، حيث يسمح بخلق قنوات تواصل فعالة مع المواطنين وتلبية احتياجاتهم المعلوماتية. كما يساهم في تحسين الخدمة العمومية من خلال الاستماع إلى آراء المواطنين واقتراحاتهم، مما يعزز مبدأ الديمقراطية التشاركية ويرسخ قيم المواطنة الفاعلة. ويتميز الاتصال العمومي بخصائص تميزه عن أنواع الاتصال الأخرى، أهمها ارتباطه بالمصلحة العامة والتركيز على الشفافية والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه المواطنين [1]

و هو عملية تبادل المعلومات والآراء بين المؤسسات العمومية والمواطنين، بهدف تحقيق المصلحة العامة وتعزيز العلاقة بين الإدارة والمجتمع. ويتجاوز الاتصال العمومي مجرد نقل المعلومات إلى كونه عملية تفاعلية تقوم على مبدأ الحوار المستمر بين الطرفين. وتتجلى أهمية الاتصال العمومي في قدرته على تجسير الفجوة بين المؤسسات العمومية والمواطنين، وتعزيز الثقة في أداء هذه المؤسسات، ودعم مشاركة المواطنين في الشأن العام. كما يلعب الاتصال العمومي دوراً محورياً في تبسيط الإجراءات الإدارية وتوضيحها للمواطنين، مما يسهل عملية الحصول على الخدمات العمومية ويقلل من البيروقراطية التي طالما عانى منها المواطن الجزائري، خاصة في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها البلاد[2]

ويعد الاتصال العمومي آلية أساسية في تسيير المرفق العام وتحقيق التنمية المستدامة، حيث يقوم على مبادئ الخدمة العمومية والمساواة والاستمرارية. وهو يشمل جميع أشكال التواصل الرسمي بين المؤسسات العمومية والمواطنين، سواء كان ذلك من

[1] فضيل دليو، "الاتصال العمومي: المفاهيم والاستراتيجيات"، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 27.
[2] بوخنوفة عبد الكريم، "الاتصال العمومي في الجزائر: الواقع والتحديات"، الطبعة الأولى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016، ص 42.

خلال الوسائل التقليدية أو الرقمية. ويهدف إلى تحقيق التفاعل الإيجابي وبناء الثقة وتعزيز المشاركة المجتمعية في تسيير الشأن العام.[1]

2. التطور التاريخي في الجزائر

مرّ الاتصال العمومي بمراحل تطورية مختلفة عبر التاريخ. فبدايات الاتصال العمومي في الجزائر ترجع إلى فترة ما بعد الاستقلال، حيث كانت الدولة تسعى إلى بناء مؤسساتها وتوطيد العلاقة مع المواطن من خلال وسائل الإعلام التي كانت تحت سيطرة الدولة. وقد اتسمت هذه المرحلة بهيمنة النموذج الإعلامي الموجّه، الذي يخدم التوجهات السياسية والاقتصادية للدولة الفتية. وكان الهدف الأساسي من الاتصال العمومي في تلك الفترة هو دعم مشاريع التنمية الوطنية والتعبئة الاجتماعية حول أهداف الثورة الزراعية والصناعية. وقد اعتمدت الدولة على مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة آنذاك، من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون، لإيصال رسائلها إلى المواطنين وشرح سياساتها وبرامجها. كما كان للملصقات والمنشورات والاجتماعات الجماهيرية دور هام في تعزيز التواصل بين السلطة والمواطنين. ومع مرور الوقت، تطورت أشكال وأساليب الاتصال العمومي بما يتماشى مع التغيرات السياسية والاجتماعية التي شهدتها البلاد، لكنها ظلت محافظة على طابعها الرسمي والمركزي حتى نهاية الثمانينات من القرن الماضي [2]

وقد مرّ الاتصال العمومي في الجزائر بمراحل مختلفة، حيث أن الاتصال العمومي في الجزائر شهد تحولات كبيرة منذ تسعينيات القرن الماضي، خاصة مع التعددية الإعلامية والانفتاح الاقتصادي، ليتجه نحو مزيد من الشفافية والتفاعلية مع المواطنين. وتميزت هذه المرحلة بظهور العديد من الصحف الخاصة والمستقلة، مما أدى إلى تغيير في طبيعة العلاقة بين المؤسسات العمومية ووسائل الإعلام. وقد فرضت هذه التحولات على المؤسسات العمومية ضرورة تطوير استراتيجياتها الاتصالية للتكيف مع الواقع الإعلامي الجديد، ومواجهة التحديات التي فرضتها حرية التعبير والتعددية الإعلامية. كما شهدت هذه الفترة بروز مفهوم العلاقات العامة في المؤسسات العمومية، وإنشاء خلايا للاتصال في مختلف الوزارات والهيئات الحكومية، بهدف تنظيم العلاقة مع وسائل الإعلام وتحسين صورة هذه المؤسسات لدى الرأي العام. وقد ترافق ذلك مع تطور في الأطر القانونية والتنظيمية المنظمة للاتصال العمومي، مع التركيز على حق المواطن في الحصول على المعلومة وواجب المؤسسات العمومية في توفيرها. ومع بداية الألفية الجديدة، بدأت المؤسسات العمومية في الجزائر تولي اهتماماً متزايداً بتكوين مختصين في مجال الاتصال العمومي، وتطوير مهاراتهم وقدراتهم للتعامل مع التحديات المتجددة في هذا المجال [3]

[1] سهام بوخاري، "دور الاتصال العمومي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات العمومية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2020، ص145.

[2] زعموم خالد، "تاريخ الاتصال العمومي في الجزائر"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 105-107.

[3] رضوان بوجمعة، "الاتصال العمومي والتحولات السياسية في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار الحكمة، الجزائر، 2019، ص 91-93.

3. الأسس المنهجية والتطبيقية

تستند منهجية الاتصال العمومي في الجزائر إلى مجموعة من المبادئ الأساسية التي تشكل إطاراً مرجعياً لعمل المؤسسات العمومية في مجال الاتصال. وتتمثل هذه المبادئ في: الشفافية والوضوح في نقل المعلومات، المصداقية والموضوعية في الطرح، الاستمرارية والديمومة في العملية الاتصالية، التفاعلية والحوار مع الجمهور، والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية. وتعمل هذه المبادئ مجتمعة على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للاتصال العمومي المتمثلة في تعزيز الثقة بين المواطن والإدارة، وضمان الوصول العادل إلى المعلومات والخدمات العمومية، وتفعيل المشاركة المجتمعية في صنع القرار العام.[1]

المطلب الثاني: خصائص ووظائف الاتصال العمومي

أولاً: خصائص الاتصال العمومي

يتميز الاتصال العمومي بمجموعة من الخصائص الأساسية التي تجعله يختلف عن غيره من أنواع الاتصال. فهو اتصال مؤسساتي منظم يخضع لقواعد وإجراءات محددة، تحكمه القوانين والتشريعات المنظمة للعمل المؤسساتي. كما يتسم بالشمولية والاستمرارية في تقديم الخدمات الإعلامية للمواطنين، حيث يستهدف كافة شرائح المجتمع دون استثناء أو تمييز. ويعتمد على التخطيط المسبق والدراسة العلمية للجمهور المستهدف وحاجاته المعلوماتية. إضافة إلى ذلك، يتميز بالمرونة والقدرة على التكيف مع المتغيرات المجتمعية والتكنولوجية، مما يمكنه من مواكبة التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات[2]

يرتكز الاتصال العمومي على منظومة قيمية تحكم عملياته وتوجه مساراته، حيث يلتزم بمبادئ الشفافية والمصداقية في نقل المعلومات للجمهور. ويتميز بكونه عملية اجتماعية تفاعلية تهدف إلى خدمة المصلحة العامة وتعزيز التماسك الاجتماعي. كما يراعي الخصوصيات الثقافية والاجتماعية للمجتمع، ويسعى إلى تلبية احتياجات المواطنين المعرفية والمعلوماتية بما يتوافق مع القيم والمعايير الاجتماعية السائدة. ويعتمد على آليات وأساليب اتصالية متنوعة تضمن وصول الرسالة الإعلامية إلى مختلف فئات المجتمع بفعالية وكفاءة [3]

ثانياً: وظائف الاتصال العمومي

تتعدد وظائف الاتصال العمومي وتتنوع بتنوع أهدافه ومجالات تطبيقه. ويمكن تلخيص أهم هذه الوظائف فيما يلي:

1. الوظيفة الإعلامية والإخبارية

[1] عبد القادر بن شلف، "منهجية الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية"، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2019، ص167-168.
[2] عواج سامية وآخرون، "الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق"، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص 45
[3] بوخبزة نبيلة، "تطبيقات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة"، أطروحة دكتوراه، 2007، ص 127

تُعد الوظيفة الإعلامية من أبرز وظائف الاتصال العمومي، حيث يقوم بتزويد الجماهير بالمعلومات الضرورية عن المؤسسة وأنشطتها. فالاتصال العمومي يعمل على تدفق المعلومات بشكل منتظم ومستمر من المؤسسة إلى جماهيرها، وذلك من خلال مختلف الوسائل الاتصالية المتاحة، مما يساهم في تعزيز الشفافية وبناء صورة إيجابية للمؤسسة. [1]

2. الوظيفة التفسيرية والتوضيحية

لا يقتصر دور الاتصال العمومي على نقل المعلومات فحسب، بل يتعداه إلى شرحها وتفسيرها وتوضيحها للجمهور. الاتصال العمومي يقوم بدور الوسيط بين المؤسسة وجماهيرها، من خلال تبسيط المعلومات المعقدة وتقديمها بشكل سهل ومفهوم، مما يساعد على تعزيز الفهم المتبادل وتقليل سوء الفهم. [2]

3. الوظيفة الإقناعية والتأثيرية

يسعى الاتصال العمومي إلى التأثير في اتجاهات الجمهور وآرائه، وإقناعه بسياسات المؤسسة وقراراتها. وفي هذا الصدد، الاتصال العمومي يعتمد على أساليب إقناعية متنوعة للتأثير في الرأي العام، من خلال استخدام الرسائل الاتصالية المدروسة والحجج المنطقية والعاطفية، وذلك بهدف كسب تأييد الجمهور ودعمه. [3]

4. وظيفة إدارة الأزمات

تعد إدارة الأزمات من الوظائف المهمة للاتصال العمومي، حيث يقوم بدور محوري في التعامل مع الأزمات التي تواجه المؤسسة. وفي هذا السياق، الاتصال العمومي يعد ركيزة أساسية في إدارة الأزمات، من خلال توفير المعلومات الدقيقة والسريعة حول الأزمة، وتوضيح موقف المؤسسة، والرد على الشائعات، وتطمين الجمهور، مما يساهم في احتواء الأزمة والحد من تداعياتها السلبية. [4]

5. وظيفة بناء وتعزيز صورة المؤسسة

يلعب الاتصال العمومي دوراً محورياً في بناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى جماهيرها، وتعزيز سمعتها ومكانتها في المجتمع. ويشير الدكتور بلقاسم بروان في أطروحته للدكتوراه حول "دور الاتصال العمومي في تحسين صورة المؤسسات

[1] محمد التهامي، تقنيات الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية، الطبعة الأولى، دار الحكمة، الجزائر، 2018، ص 72.

[2] أحمد بوسهمين، "استراتيجيات الاتصال العمومي في إدارة الأزمات: دراسة حالة المؤسسات العمومية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2017، ص 185.

[3] سليمة سعيداني، "استراتيجيات الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية: دراسة ميدانية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 10، العدد 2، 2018، ص 178.

[4] عبد القادر بن شهرة، إدارة الأزمات واستراتيجيات الاتصال العمومي، الطبعة الأولى، دار الريحانة، الجزائر، 2017، ص 89.

الجزائرية" إلى أن "الاتصال العمومي يعمل على إبراز الجوانب الإيجابية للمؤسسة، وتسليط الضوء على إنجازاتها ومبادراتها، ونقل قيمها وفلسفتها إلى الجمهور، مما يساهم في بناء صورة إيجابية لها في أذهان الناس. [1]

6. الوظيفة التفاعلية والحوارية

تتمثل هذه الوظيفة في إقامة حوار مستمر وتفاعل دائم بين المؤسسة وجماهيرها، وتعزيز المشاركة والتواصل المتبادل. الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية ينبغي أن يتجاوز النمط التقليدي القائم على الاتصال أحادي الاتجاه، إلى نمط أكثر تفاعلية وحوارية، يسمح للجمهور بالمشاركة وإبداء الرأي والتأثير في صنع القرار. [2]

فالمؤسسات التي تعتمد على نمط اتصالي تفاعلي وحواري مع جماهيرها تحظى بثقة أكبر ودعم أقوى من قبل هذه الجماهير، مقارنة بالمؤسسات التي تكتفي بنمط اتصالي أحادي الاتجاه. [3]

المطلب الثالث: وسائل الاتصال العمومي وأساليبه المعاصرة

1. وسائل الاتصال العمومي التقليدية والحديثة

شهدت وسائل الاتصال العمومي تطوراً كبيراً خلال العقود الأخيرة، حيث انتقلت من الوسائل التقليدية المطبوعة والمسموعة والمرئية، إلى وسائل رقمية أكثر تفاعلية وانتشاراً، مما أتاح للمؤسسات فرصاً جديدة للتواصل مع جماهيرها بشكل أكثر فعالية وتأثيراً.[4] تصنف الى وسائل تقليدية تشمل المطبوعات والصحف والإذاعة والتلفزيون والملصقات والمعارض، ووسائل حديثة تتمثل في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية والوسائط المتعددة وغيرها من التقنيات الرقمية التي أفرزتها ثورة المعلومات والاتصالات. [5]

1. الوسائل المطبوعة في الاتصال العمومي المعاصر

على الرغم من التطور الكبير في وسائل الاتصال الرقمية، إلا أن الوسائل المطبوعة ما زالت تحتفظ بمكانتها وأهميتها في منظومة الاتصال العمومي،فان المطبوعات بمختلف أنواعها (نشرات، مجلات، تقارير، كتيبات، مطويات) تمثل وسيلة أساسية في

[1] بلقاسم بروان، "دور الاتصال العمومي في تحسين صورة المؤسسات الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة سونلغاز"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2016، ص 231.
[2] علي قسايسية، الاتصال العمومي في الجزائر: المفاهيم والممارسات، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 78.
[3] مخبر الاتصال والعلاقات العامة، تقرير حول واقع الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية، جامعة الجزائر، 2019، ص 67.
[4] فضيل دليو، الاتصال العمومي والمؤسساتي: استراتيجيات وآليات، الطبعة الثانية، دار الخلدونية، الجزائر، 2018، ص 93.
[5] محمد بن مرسلي، وسائل الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016، ص 47.

استراتيجيات الاتصال العمومي للمؤسسات الجزائرية، نظراً لما تتميز به من مصداقية وقدرة على تقديم معلومات مفصلة ودقيقة، وإمكانية الاحتفاظ بها والرجوع إليها عند الحاجة. [1]

2. وسائل الإعلام التقليدية ودورها في الاتصال العمومي

تُعد وسائل الإعلام التقليدية (صحف، إذاعة، تلفزيون) من الوسائل المهمة في الاتصال العمومي، حيث تساهم بشكل كبير في نشر المعلومات وتشكيل الرأي العام. فوسائل الإعلام التقليدية ما زالت تلعب دوراً محورياً في استراتيجيات الاتصال العمومي للمؤسسات الجزائرية، من خلال البيانات الصحفية، والمؤتمرات الصحفية، والمقابلات الإعلامية، والإعلانات، والبرامج الحوارية، وغيرها من الأشكال الاتصالية التي تتيح للمؤسسة الوصول إلى جمهور واسع وتعزيز حضورها الإعلامي.[2]والعلاقة بين المؤسسات العمومية ووسائل الإعلام في الجزائر تحتاج إلى مزيد من التطوير والتنظيم، بما يضمن تدفقاً سلساً للمعلومات، ويعزز الشفافية والمصداقية، ويساهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسات لدى الرأي العام. [3]

3. الوسائل الرقمية الحديثة في الاتصال العمومي

أحدثت التكنولوجيا الرقمية ثورة حقيقية في مجال الاتصال العمومي، وفتحت آفاقاً جديدة للتواصل الفعال مع الجماهير. الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية أصبحت تشكل ركيزة أساسية في استراتيجيات الاتصال العمومي للمؤسسات، نظراً لما تتميز به من سرعة في نشر المعلومات، وقدرة على الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور، وإمكانية للتفاعل المباشر والآني، وتكلفة منخفضة نسبياً مقارنة بالوسائل التقليدية. [4]

4. المواقع الإلكترونية كوسيلة اتصال عمومي حديثة

تُعد المواقع الإلكترونية من أهم وسائل الاتصال العمومي في العصر الرقمي، حيث تمثل واجهة المؤسسة على شبكة الإنترنت. الموقع الإلكتروني الفعال للمؤسسة يجب أن يتميز بسهولة الاستخدام، وتنظيم المعلومات بشكل واضح ومنطقي،

[1] حفيظة بوخاري، "الوسائل المطبوعة ودورها في الاتصال المؤسساتي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات العمومية الجزائرية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، المجلد 12، العدد 3، 2020، ص 218.

[2] نصر الدين لعياضي، الإعلام الجديد والاتصال المؤسساتي في الجزائر، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 124.

[3] علي قسايسية، "العلاقة بين المؤسسات العمومية ووسائل الإعلام في الجزائر: واقع وآفاق"، مجلة الاتصال والصحافة، جامعة الجزائر 3، المجلد 7، العدد 2، 2019، ص 185.

[4] نجاة لحضيري، "الاتصال الرقمي في المؤسسات الجزائرية: دراسة تحليلية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، المجلد 9، العدد 4، 2021، ص 163.

وتحديث المحتوى بشكل مستمر، وتوفير إمكانية التفاعل مع الزوار، والتوافق مع مختلف الأجهزة، والالتـــزام بمعـــايير الأمـــن والخصوصية، وهي عناصر تساهم في تعزيز مصداقية المؤسسة وتحسين صورتها لدى الجمهور.[1]

5. مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال العمومي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً متنامياً في استراتيجيات الاتصال العمومي للمؤسسات، نظراً لانتشـــارها الواسع وقدرتها على التواصل المباشر مع الجماهير. ان منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ويوتيـــوب وغيرها أصبحت تمثل قنوات اتصالية ذات أهمية متزايدة للمؤسسات العمومية، حيث تتيح لها فرصة التواصـــل المباشـــر مـــع الجمهور، ونشر المعلومات بسرعة، والتفاعل مع تعليقات واستفسارات المتابعين، وقياس ردود الأفعال بشكل فوري، وهو ما يساهم في تعزيز الشفافية وبناء علاقات قوية مع الجماهير المختلفة.[2]وان نجاح المؤسسات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب وجود استراتيجية واضحة تحدد الأهداف والجمهور المستهدف والمحتوى المناسب والأسلوب الاتصالي، بالإضـــافة إلى فريق متخصص قادر على إدارة هذه المنصات بشكل احترافي وفعال. [3]

6. الاتصال الداخلي كأحد أساليب الاتصال العمومي المعاصرة

يُعد الاتصال الداخلي أحد الأساليب المهمة في منظومة الاتصال العمومي، حيث يركز على التواصل مع الجمهور الداخلي للمؤسسة (الموظفين والعاملين). فالاتصال الداخلي يلعب دوراً حيوياً في بناء ثقافة مؤسسية قوية، وتعزيز الانتماء والولاء لدى الموظفين، وتحسين مناخ العمل، وزيادة الإنتاجية، من خلال ضمان تدفق المعلومات بشكل سلس داخل المؤسسة، وتوضـــيح الأهداف والسياسات، وتعزيز المشاركة في صنع القرار. [4]

7. أساليب الاتصال العمومي المباشر

تعتمد المؤسسات أيضاً على أساليب الاتصال المباشر مع جماهيرها، من خلال الفعاليات والأنشطة التي تتيح التواصل وجهاً لوجه. ان الأساليب الاتصالية المباشرة مثل المؤتمرات والندوات والملتقيات والمعارض والأيام المفتوحة والزيارات الميدانية تمثـــل

[1] بلقاسم بن روان، "المواقع الإلكترونية للمؤسسات العمومية الجزائرية: دراسة تقييمية"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2018، ص 156.

[2] إيمان بعزيز، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال المؤسساتي: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، 2017، ص 198.

[3] يوسف تمار، الاتصال الرقمي واستراتيجيات التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الأمة، الجزائر، 2018، ص 142.

[4] عبد الكريم تفرقنيت، "الاتصال الداخلي وأثره على الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات العمومية الجزائرية"، مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة الجزائر، المجلد 8، العدد 4، 2020، ص 231.

قنوات مهمة للتواصل مع الجماهير المختلفة، حيث تتيح فرصة للحوار المباشر وتبادل الآراء والأفكار، وتعزيز العلاقات الإنسانية، وبناء الثقة المتبادلة، وهو ما يصعب تحقيقه من خلال وسائل الاتصال غير المباشرة. [1]

والمؤسسات العمومية الجزائرية أصبحت تدرك أهمية تنظيم الفعاليات والأنشطة المباشرة للتواصل مع الجمهور، وتخصص ميزانيات متزايدة لهذا الغرض، خاصة بعد أن أثبتت الدراسات فعالية هذه الأساليب في تعزيز صورة المؤسسة وكسب تأييد الرأي العام. [2]

8. المسؤولية الاجتماعية كأسلوب معاصر في الاتصال العمومي

برزت المسؤولية الاجتماعية كأحد الأساليب المعاصرة في الاتصال العمومي، حيث تسعى المؤسسات من خلالها إلى تعزيز صورتها وسمعتها لدى الجمهور. فالمسؤولية الاجتماعية تمثل استراتيجية اتصالية فعالة تقوم على التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية المستدامة وخدمة المجتمع، من خلال المبادرات والبرامج الاجتماعية والبيئية والثقافية والصحية والتعليمية، مما يعزز صورتها الإيجابية ويكسبها ثقة واحترام الجمهور. [3]

9. إدارة الأزمات كأسلوب معاصر في الاتصال العمومي

يمثل اتصال الأزمات أسلوباً معاصراً في الاتصال العمومي، يهدف إلى التعامل مع المواقف الصعبة والطارئة التي تواجه المؤسسة. و يتطلب اتصال الأزمات استراتيجية محكمة ومرنة، تقوم على السرعة والشفافية والمصداقية في نقل المعلومات، والتفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام والجمهور، واستخدام مختلف القنوات الاتصالية المتاحة، والاستعداد المسبق من خلال سيناريوهات متعددة، والتدريب المستمر لفريق إدارة الأزمة. [4]

والمؤسسات العمومية الجزائرية تعاني من ضعف في استراتيجيات اتصال الأزمات، وهو ما يظهر جلياً عند مواجهة مواقف طارئة، حيث تغلب ردود الأفعال العشوائية والارتجالية، وتغيب الخطط الاتصالية الواضحة والفعالة، مما يؤدي إلى تفاقم الأزمة وتداعياتها السلبية على صورة المؤسسة. [5]

---

[1] عبد الله بوجلال، وسائل الاتصال العمومي وأساليبه، الطبعة الأولى، دار الحكمة، الجزائر، 2016، ص 118.

[2] رضوان بوجمعة، "تنظيم الفعاليات كاستراتيجية للاتصال العمومي: دراسة حالة مؤسسة سوناطراك"، مجلة الاتصال والتنمية، جامعة الجزائر، المجلد 6، العدد 3، 2018، ص 172.

[3] نصيرة تامي، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 217.

[4] محمد لعقاب، اتصال الأزمات: استراتيجيات وتقنيات، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 123.

[5] عمار طالبي، "إدارة الأزمات في المؤسسات العمومية الجزائرية: دراسة ميدانية"، مجلة دراسات إعلامية، جامعة الجزائر 3، المجلد 6، العدد 4، 2020، ص 194.

المبحث الثاني: التكافل الاجتماعي: المفهوم والأبعاد

يعد التكافل الاجتماعي من القيم الإنسانية النبيلة التي تعكس تماسك المجتمع وترابطه، وقد حظي باهتمام كبير في الدراسات الاجتماعية والإنسانية. في هذا المبحث، سنتناول مفهوم التكافل الاجتماعي وأهميته في تحقيق التنمية المجتمعية والاستقرار الاجتماعي، وأبرز الأشكال والمجالات التي يتجلى فيها التكافل في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات. كما سنسلط الضوء على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، وسبل التغلب عليها وتعزيز ثقافة التكافل بين أفراد المجتمع

المطلب الأول: مفهوم التكافل الاجتماعي وأهميته

1. مفهوم التكافل الاجتماعي

يُعدّ التكافل الاجتماعي من المفاهيم الأساسية في بناء المجتمعات المتماسكة، وقد تناوله الباحثون الجزائريون والعرب بتفصيل. التكافل الاجتماعي هو تلك الرابطة الوثيقة التي تجمع بين أفراد المجتمع الواحد، وتجعلهم كالجسد الواحد، يشعر كل فرد بآلام الآخرين ويسعى لتخفيفها، ويفرح لفرحهم ويعمل على زيادته، وهو نظام اجتماعي متكامل تقوم عليه المجتمعات القوية المتماسكة، وهو ضرورة من ضرورات الحياة الإنسانية، لا يمكن للمجتمع أن يستغني عنه. [1] والتكافل الاجتماعي في جوهره هو تحمل المسؤولية المشتركة بين أفراد المجتمع، سواء كانوا أفرادا أم جماعات أم مؤسسات، تجاه الأفراد الذين يحتاجون إلى المساعدة والرعاية، بحيث يشعر كل فرد أنه مسؤول عن الآخرين، وفي الوقت نفسه يشعر بأن الآخرين مسؤولون عنه إذا احتاج إلى المساعدة، وهذا ما يحقق التوازن الاجتماعي والأمن والاستقرار في المجتمع. [2]

والتكافل الاجتماعي هو منظومة متكاملة من العلاقات والروابط الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية التي تهدف إلى تحقيق التعاضد والتآزر بين أفراد المجتمع، وتعمل على تلبية احتياجات الفئات الضعيفة والمحتاجة، وإقامة التوازن بين مختلف طبقات المجتمع، وتحقيق العدالة الاجتماعية بين أفراده، مما يؤدي إلى تماسك المجتمع واستقراره وتقدمه. [3]

2. أهمية التكافل الاجتماعي

تتجلى أهمية التكافل الاجتماعي في العديد من الجوانب التي تعزز من قوة المجتمع وتماسكه. ان التكافل الاجتماعي يعتبر صمام الأمان للمجتمع، فهو الذي يحفظ توازنه ويمنع انهياره، من خلال معالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية التي يواجهها الأفراد، كالفقر والبطالة والمرض والكوارث، ويساهم في تحقيق الاستقرار النفسي والاجتماعي للأفراد، وفي تعزيز الشعور

[1] سلاطنية بلقاسم ، "علم الاجتماع التربوي"، الطبعة الأولى، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004، ص 127.
[2] برقوق عبد الرحمن، "أسس التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الثانية، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 42.
[3] زعيمي مراد، "مؤسسات التنشئة الاجتماعية"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2006، ص 89.

بالانتماء للمجتمع والولاء له. [1]وإن التكافل الاجتماعي في الإسلام يقوم على أساس الأخوة الإيمانية والإنسانية، ويهدف إلى تحقيق التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع، وإشاعة روح المحبة والتراحم بينهم، وتحقيق التوازن الاجتماعي والاقتصادي، والقضاء على الفوارق الطبقية، وتوفير الحياة الكريمة لكل فرد في المجتمع.[2]

كما يسهم التكافل الاجتماعي في معالجة المشكلات الاجتماعية كالفقر والبطالة والتشرد، كما يعمل على تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال توفير فرص العمل وتحسين مستوى المعيشة وتطوير البنية التحتية، ويساهم في تعزيز الاستقرار السياسي والأمني للمجتمع، كما يعزز القيم الأخلاقية والإنسانية كالتعاون والإيثار والتضحية والعطاء. [3]

3. الأسس النظرية للتكافل الاجتماعي

يستند مفهوم التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري على مجموعة من الأسس النظرية التي تؤطره وتحدد معالمه. حيث يقوم التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري على أسس دينية مستمدة من الشريعة الإسلامية التي تحث على التعاون والتضامن والتراحم، وعلى أسس ثقافية مستمدة من العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية المتوارثة التي تشجع على التعاضد والتآزر، وعلى أسس قانونية متمثلة في التشريعات والقوانين التي تنظم عملية التكافل الاجتماعي وتحدد آلياتها، وعلى أسس اقتصادية تتعلق بإعادة توزيع الثروة وتحقيق العدالة الاجتماعية. [4]

المطلب الثاني: أشكال التكافل الاجتماعي ومجالاته

أولاً: أشكال التكافل الاجتماعي

التكافل الاجتماعي في الإسلام يتجلى في عدة أشكال أساسية، وقد تناولتها المصادر الإسلامية والدراسات الاجتماعية المتخصصة بشكل مفصل:

1. التكافل الإلزامي (الواجب)

[1] قاسم عمار، "التكافل الاجتماعي في الجزائر: الواقع والآفاق"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 15، 2014، ص 123.

[2] ابن باديس عبد الحميد ، "آثار ابن باديس"، الطبعة الثانية، دار ومكتبة الشركة الجزائرية، الجزائر، 1997، ص 215

[3] ساعيفاطمة الزهراء، "دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي: دراسة ميدانية في ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 78.

[4] لحرش موسى، "أسس التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 65.

يتمثل التكافل الإلزامي في الفرائض التي أوجبها الإسلام على المسلمين كالزكاة والنفقات الواجبة. فإن الزكاة ركن من أركان الإسلام، وهي النظام المالي الإسلامي الذي يحقق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين أفراد المجتمع المسلم، فهي وسيلة ناجعة للقضاء على الفقر وسد حاجة المحتاجين [1]،كما ان الزكاة هي المظهر الأول للتكافل الاجتماعي الإلزامي في الإسلام، وهي فريضة واجبة على كل مسلم تتوفر فيه شروط وجوبها، وتُعد من أهم الأدوات المالية لتحقيق التوازن الاجتماعي والاقتصادي بين أفراد المجتمع [2]

2. التكافل التطوعي

يشمل كل ما تطوع به المسلم من صدقات وإحسان وتبرعات. الصدقة التطوعية هي الرافد الثاني من روافد التكافل الاجتماعي بعد الزكاة، وهي باب واسع من أبواب الخير، والإسلام يرغب فيها ويحث عليها، ولا يحدد لها نصاباً ولا مقداراً، فكل ما تجود به نفس المسلم فهو خير له في الدنيا والآخرة [3]،والتكافل التطوعي يعكس سمو المجتمع المسلم وارتقاءه الأخلاقي والروحي، فهو تكافل نابع من ضمير المؤمن وإحساسه بمسؤوليته تجاه إخوانه، وهذا يفسر انتشار أعمال البر والإحسان والوقف في المجتمعات الإسلامية عبر التاريخ [4]

3. التكافل العائلي

يُعد التكافل العائلي أحد أهم أشكال التكافل الاجتماعي ويتجلى في النفقات الواجبة على الأقارب وصلة الرحم. الأسرة في الإسلام هي اللبنة الأولى للمجتمع، وقد أولاها الإسلام عناية فائقة، ونظم العلاقات بين أفرادها على أساس من التكافل والتراحم، فأوجب نفقة الأقارب بعضهم على بعض، وجعل صلة الرحم من أوجب الواجبات [5].والتكافل العائلي في الإسلام يمثل شبكة أمان اجتماعي مهمة، حيث يلتزم الأقارب القادرون بإعالة أقاربهم العاجزين عن الكسب، وهذا يحقق الاستقرار الاجتماعي ويقلل من العبء على موارد الدولة [6]

4. التكافل المجتمعي العام

[1] محمد البشير الإبراهيمي، "آثار الإمام محمد البشير الإبراهيمي"، الطبعة الأولى، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1997، ص 217.
[2] محمد أبو زهرة، "التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص 45.
[3] يوسف القرضاوي، "فقه الزكاة: دراسة مقارنة لأحكامها وفلسفتها في ضوء القرآن والسنة"، الطبعة الثالثة والعشرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1996، ص 368.
[4] عبد الرحمن بن معلا اللويحق، "التكافل الاجتماعي في الشريعة الإسلامية"، الطبعة الأولى، دار الوطن، الرياض، 2001، ص 73.
[5] مولود قاسم نايت بلقاسم، "أصالة المجتمع الجزائري"، الطبعة الثانية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 129.
[66] محمد عمارة، "الإسلام والأمن الاجتماعي"، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 1998، ص 87

التكافل المجتمعي العام هو مسؤولية كل فرد في المجتمع تجاه الآخرين، وهو تعبير عن وحدة المجتمع وتماسكه، وأساس تطوره وتقدمه، فالمجتمع المتكافل هو مجتمع قوي متماسك قادر على مواجهة التحديات [1]، والمجتمع المسلم مجتمع متكافل، يشعر فيه كل فرد بمسؤوليته تجاه الآخرين، ويعمل على خدمتهم والنهوض بهم، وهذا ما جعل المجتمعات الإسلامية على مر التاريخ تتميز بروح التعاون والتكافل، وانتشار مؤسسات البر والإحسان فيها [2]

ثانياً: مجالات التكافل الاجتماعي

تتعدد مجالات التكافل الاجتماعي لتشمل مختلف جوانب الحياة، ومن أهمها:

1. المجال الاقتصادي

يهدف التكافل الاقتصادي إلى سد حاجات المحتاجين وتوفير حد الكفاية لكل فرد، فالتكافل الاقتصادي في الإسلام يهدف إلى تحقيق التوازن بين طبقات المجتمع، والقضاء على الفقر بشكل جذري، وتوفير حياة كريمة لكل فرد، وذلك من خلال نظام متكامل من التشريعات المالية كالزكاة والوقف والصدقات والكفارات[3]

والزكاة والصدقات والتبرعات كلها وسائل للتكافل الاقتصادي في المجتمع المسلم، تهدف إلى إيجاد توازن اقتصادي واجتماعي بين أفراد المجتمع، بحيث لا يكون المال دولة بين الأغنياء فقط[4]

2. المجال الاجتماعي

التكافل الاجتماعي في الإسلام يهتم برعاية المحتاجين، وحل مشكلاتهم، وتوفير الحياة الكريمة لهم، ويشمل ذلك رعاية اليتامى والأرامل والمساكين وأبناء السبيل، وكل من لا مصدر دخل له [5]،والمجتمع المسلم مجتمع متكافل، يسعى كل فرد فيه إلى مساعدة الآخرين والرفع من شأنهم، وهذا ما يجعله مجتمعاً قوياً متماسكاً، خالياً من مظاهر التفكك والانحلال التي تصيب المجتمعات التي تفتقر إلى روح التكافل والتراحم [6]

3. المجال الصحي

[1] بركات محمد مراد، "التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، دمشق، 2005، ص 63.
[2] عبد القادر فضيل، "التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2010، ص 94.
[3] محمد الطاهر بن عاشور، "مقاصد الشريعة الإسلامية"، الطبعة الثانية، دار سحنون، تونس، 2006، ص 216.
[4] فتيحة محمد إبراهيم الوداني، "التكافل الاجتماعي في المجتمع المسلم"، الطبعة الأولى، دار المعرفة، الجزائر، 2008، ص 81
[5] عبد الرزاق السنهوري، "فقه الخلافة وتطورها"، الطبعة الثانية، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1993، ص 154.
[6] مالك بن نبي، "مشكلة الثقافة"، ترجمة عبد الصبور شاهين، الطبعة الخامسة، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 137.

من مجالات التكافل الاجتماعي في الإسلام رعاية المرضى وتوفير العلاج لهم، وهذا ما جسده المسلمون عبر التاريخ من خلال إنشاء المستشفيات الوقفية التي كانت تقدم خدماتها مجاناً للفقراء والمحتاجين [1]والتكافل الصحي في المجتمع الجزائري له جذور عميقة في الثقافة الإسلامية، حيث كان المجتمع يتكفل برعاية المرضى والعجزة وكبار السن، وتوفير العلاج لهم، وهذا ما تجلى في إنشاء الزوايا التي كانت تقدم خدمات صحية للمحتاجين [2]

4. المجال التعليمي

التكافل التعليمي في المجتمع الإسلامي يتمثل في مساعدة طلاب العلم وتوفير متطلبات الدراسة لهم، وقد تجلى ذلك في إنشاء المدارس الوقفية التي كانت تقدم العلم مجاناً للطلاب، وتوفر لهم السكن والطعام والكتب [3]

واهتم المجتمع الجزائري بالتكافل التعليمي منذ القدم، فكانت الزوايا والمدارس القرآنية تستقبل الطلاب من مختلف المناطق، وتوفر لهم سبل العيش والتعلم، وهذا ما ساهم في نشر العلم والمعرفة في ربوع الجزائر، رغم ظروف الاستعمار الصعبة [4]

5. المجال النفسي والمعنوي

التكافل النفسي والمعنوي لا يقل أهمية عن التكافل المادي، فالإنسان يحتاج إلى من يواسيه ويقف بجانبه وقت الشدائد، والمجتمع المسلم يتميز بروح التآزر والتعاضد في السراء والضراء [5]

وعرف المجتمع الجزائري بروح التضامن والتآزر وقت المحن والشدائد، فكان أفراده يتساندون ويتعاضدون لمواجهة الصعاب، وهذه الروح المتوارثة عبر الأجيال ساهمت في صمود المجتمع الجزائري في وجه الاستعمار، وتجاوز محن الإرهاب في العشرية السوداء [6]

[1] عبد الرحمن عبد الخالق، "المؤسسات المالية الإسلامية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، الطبعة الأولى، دار القلم، الكويت، 2004، ص 112.
[2] نعيمة سعدية، "دور الزوايا في الحفاظ على الهوية الوطنية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012، ص 184.
[3] محمد العربي ولد خليفة، "التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 76.
[4] تركي رابح، "التعليم القومي والشخصية الجزائرية"، الطبعة الثانية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص 132.
[5] محمد رمضان القذافي، "علم النفس الإسلامي: المفاهيم والتطبيقات"، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، بيروت، 2007، ص 215.
[6] زهية حجوج، "القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري ودورها في الصمود الوطني"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2015، ص 163.

المطلب الثالث: معوقات تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري

على الرغم من الجذور العميقة للتكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري والمستمدة من تعاليم الدين الإسلامي والتقاليد العريقة، إلا أن هناك عدة معوقات تحول دون تحقيق التكافل الاجتماعي بشكل فعال في المجتمع الجزائري المعاصر. وفيما يلي عرض لأهم هذه المعوقات:

1. المعوقات الاقتصادية

تشكل التحديات الاقتصادية عائقاً كبيراً أمام تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري. تعد البطالة والفقر وارتفاع تكاليف المعيشة من أبرز المعوقات الاقتصادية التي تحول دون تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، فعندما يعاني الفرد من ضائقة مالية فإنه يصبح عاجزاً عن مساعدة الآخرين، بل قد يصبح هو نفسه في حاجة إلى مساعدة، وهذا ما يضعف منظومة التكافل الاجتماعي في المجتمع [1]،وإن اعتماد الاقتصاد الجزائري بشكل شبه كلي على قطاع المحروقات وتذبذب أسعارها عالمياً، أدى إلى عدم استقرار اقتصادي، انعكس سلباً على مستوى معيشة المواطن الجزائري، وزاد من حدة الفقر والبطالة، مما أضعف قدرة المجتمع على تحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراده. فالمشكلات الاقتصادية المتراكمة منذ ثمانينات القرن الماضي، والتي تفاقمت خلال العشرية السوداء، أدت إلى تراجع كبير في روح التضامن والتكافل التي كانت سائدة في المجتمع الجزائري التقليدي [2]

2. المعوقات الاجتماعية والثقافية

شهد المجتمع الجزائري تحولات اجتماعية كبيرة في العقود الأخيرة، أدت إلى تفكك العديد من البنى الاجتماعية التقليدية التي كانت تقوم بدور مهم في تحقيق التكافل الاجتماعي، مثل الأسرة الممتدة والقبيلة والعشيرة، وحلت محلها الأسرة النووية الصغيرة التي تميل إلى الانغلاق على نفسها، والانشغال بهمومها الخاصة، مما أضعف روح التعاون والتكافل بين أفراد المجتمع [3]

وإن التحول من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث في الجزائر، صاحبه ظهور قيم جديدة تميل إلى الفردية والمصلحة الشخصية، على حساب القيم التقليدية التي كانت تحث على التعاون والتضامن والتكافل. وقد ساهمت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في نشر هذه القيم الاستهلاكية والفردية، مما أضعف روح التكافل والتعاون بين أفراد المجتمع. كما أن تراجع

[1] عبد الرحمن بن سانية، "التكافل الاجتماعي في الإسلام وتطبيقاته في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 2012، ص 143.
[2] ناصر جابي، "الجزائر: الدولة والمجتمع"، الطبعة الثانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2008، ص 98.
[3] سامية قدري، "التغير الاجتماعي وأثره على منظومة القيم في المجتمع الجزائري"، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، 2013، ص 217.

دور المؤسسات التقليدية مثل المسجد والزاوية في تنظيم العلاقات الاجتماعية والاقتصادية، أدى إلى إضعاف شبكات التضامن والتكافل التقليدية [1]

3. المعوقات المرتبطة بالقيم والأخلاق

هناك معوقات قيمية وأخلاقية تعترض سبيل تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري. فإن انتشار الأنانية وحب الذات والمادية، وتراجع قيم الإيثار والعطاء والتضحية في المجتمع الجزائري المعاصر، أدى إلى إضعاف روح التكافل والتضامن بين أفراده. فقد أصبح الكثير من الناس يفكرون في مصالحهم الشخصية فقط، ويتجاهلون آلام الآخرين ومعاناتهم، وهذا يتنافى مع روح التكافل الاجتماعي التي حث عليها الإسلام وتواترت في الثقافة الجزائرية التقليدية [2]

ومن المعوقات الأخلاقية والقيمية التي تحول دون تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، انتشار ظاهرة الاحتيال باسم الحاجة والفقر، مما جعل الكثير من المحسنين يحجمون عن مد يد العون والمساعدة للمحتاجين، خوفاً من وقوعهم ضحية للاحتيال والنصب. كما أن ضعف الوازع الديني لدى بعض الأفراد، وعدم فهمهم لحقيقة التكافل الاجتماعي في الإسلام، جعلهم يتهربون من أداء واجباتهم تجاه المجتمع، ويتنصلون من مسؤولياتهم الاجتماعية، مما أضعف منظومة التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري [3]

4. المعوقات المرتبطة بالتنظيم والتخطيط

من أبرز معوقات تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، ضعف التنظيم والتخطيط لعمليات التكافل، وعدم وجود قاعدة بيانات دقيقة عن المحتاجين، مما يؤدي إلى ازدواجية في تقديم المساعدات لبعض الفئات، وحرمان فئات أخرى من المساعدة. كما أن غياب التنسيق بين الجهات المختلفة العاملة في مجال التكافل الاجتماعي، سواء كانت حكومية أو أهلية، يؤدي إلى هدر الجهود والموارد، وعدم تحقيق الاستفادة القصوى منها [4].كما إن عدم وجود إستراتيجية وطنية واضحة للتكافل الاجتماعي في الجزائر، وغياب الرؤية المستقبلية والتخطيط السليم، يعد من أهم معوقات تحقيق التكافل الاجتماعي الفعال. فالتكافل الاجتماعي ليس مجرد تقديم مساعدات عشوائية للمحتاجين، بل هو منظومة متكاملة تهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة

[1] عبد القادر جغلول، "تاريخ الجزائر الحديث: دراسة سوسيولوجية"، ترجمة فيصل عباس، الطبعة الثالثة، دار الحداثة، بيروت، 1983، ص 156.
[2] محفوظ بن صغير، "المشكلات الاجتماعية في المجتمع الجزائري المعاصر"، الطبعة الأولى، دار الغرب، وهران، 2014، ص 112.
[3] فضيلة صدراتي، "دور القيم الدينية في تعزيز التماسك الاجتماعي: دراسة ميدانية في مدينة سطيف"، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، الجزائر، 2016، ص 189.
[4] مصطفى شريفي، "نظم الحماية الاجتماعية في الجزائر: الواقع والآفاق"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 76.

وتمكين الفئات المحتاجة من الاعتماد على نفسها، وهذا يتطلب تخطيطاً دقيقاً وتنظيماً محكماً، وهو ما تفتقر إليه معظم مؤسسات التكافل الاجتماعي في الجزائر [1]

5. المعوقات المرتبطة بالإعلام والتوعية

تلعب وسائل الإعلام والتوعية دوراً مهماً في تعزيز ثقافة التكافل الاجتماعي، لكن هناك معوقات تحول دون أداء هذا الدور بفعالية. و من المعوقات التي تحول دون تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري، ضعف الدور الإعلامي في نشر ثقافة التكافل والتضامن، وتوعية المجتمع بأهمية هذه القيم ودورها في تماسك المجتمع واستقراره. فوسائل الإعلام الجزائرية لا تولي اهتماماً كافياً لقضايا التكافل الاجتماعي، ولا تقوم بدورها المنوط بها في التوعية وتعزيز قيم التضامن والتعاون بين أفراد المجتمع [2]، وإن غياب حملات التوعية بأهمية التكافل الاجتماعي ودوره في تعزيز التنمية المستدامة، وعدم وجود برامج إعلامية هادفة تسلط الضوء على نماذج التكافل الناجحة في المجتمع، يعد من أبرز معوقات تحقيق التكافل الاجتماعي في الجزائر. فالإعلام يلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي المجتمعي وتوجيه سلوك الأفراد، ولذلك فإن ضعف الأداء الإعلامي في مجال التوعية بأهمية التكافل الاجتماعي، يؤدي إلى ضعف المشاركة المجتمعية في أنشطة التكافل والتضامن [3]

6. المعوقات المرتبطة بالجانب التشريعي والمؤسساتي

إن غياب المؤسسات الوسيطة القوية في المجتمع الجزائري، التي يمكن أن تلعب دوراً مهماً في تعزيز التكافل الاجتماعي، يعد من أبرز معوقات تحقيق التكافل الفعال. فالمجتمع المدني في الجزائر ما زال ضعيفاً ومحدود الفعالية، ولا يستطيع القيام بدوره المنوط به في تعزيز التكافل والتضامن بين أفراد المجتمع. كما أن البيروقراطية الإدارية والفساد المالي والإداري في بعض مؤسسات الدولة، يؤدي إلى عدم وصول المساعدات والخدمات الاجتماعية إلى مستحقيها الحقيقيين، مما يضعف ثقة المواطنين في هذه المؤسسات، ويحد من مشاركتهم في أنشطة التكافل الاجتماعي [4]

[1] عمار بوحوش، "التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر: التحديات والآفاق"، الطبعة الثانية، دار الهدى، الجزائر، 2012، ص 124.
[2] محمد لعقاب، "الإعلام والتنمية في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2011، ص 95.
[3] زهية بوسكين، "دور المؤسسات الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014، ص 172.
[4] عبد الحميد مهري، "المجتمع المدني ودوره في التنمية الاجتماعية في الجزائر"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص 109.

المبحث الثالث: العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي

تتقاطع مفاهيم الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي في العديد من النقاط، مما يجعل العلاقة بينهما علاقة تكاملية وتفاعلية. في هذا المبحث، سنتناول بالتحليل والدراسة طبيعة العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، من خلال إبراز الدور الذي يلعبه الاتصال في نشر ثقافة التكافل وتعزيز قيمه في المجتمع. كما سنستعرض أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي يمكن توظيفها لتحقيق التكافل الاجتماعي، مع الإشارة إلى بعض التجارب الناجحة محلياً وعالمياً في هذا المجال، والدروس المستفادة منها

المطلب الأول: دور الاتصال العمومي في نشر ثقافة التكافل الاجتماعي

1. الدور التوعوي للاتصال العمومي في تعزيز التكافل الاجتماعي

يسهم الاتصال العمومي في نشر الوعي بأهمية التكافل الاجتماعي من خلال تسليط الضوء على احتياجات الفئات الهشة، وإبراز قيم التضامن والتعاون، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين .والحملات الإعلامية التي تبنت خطاباً واضحاً وصادقاً، واستندت إلى قيم المجتمع الأصيلة، نجحت في استمالة الجمهور وتحفيزه على المشاركة في أنشطة التكافل الاجتماعي[1]

ان الاتصال العمومي يلعب دوراً مزدوجاً في تعزيز التكافل الاجتماعي، فهو من جهة ينشر المعرفة والوعي بأهمية التكافل، ومن جهة أخرى يسهم في تشكيل اتجاهات إيجابية نحو الممارسات التكافلية، وهو ما ينعكس في النهاية على سلوكيات الأفراد ومبادراتهم في هذا المجال حيث لوحظ ارتفاع نسبة المحتوى الإعلامي الداعم لقيم التكافل خلال المناسبات الدينية والاجتماعية، مثل شهر رمضان والأعياد، مما أسهم في تعزيز الممارسات التضامنية خلال هذه الفترات [2]

2. دور الاتصال العمومي في تعبئة الموارد لصالح مبادرات التكافل الاجتماعي

الاتصال العمومي يمثل أداة فعالة لتعبئة الموارد المادية والبشرية اللازمة لدعم مبادرات التكافل الاجتماعي، وذلك من خلال توظيف الاستراتيجيات الإقناعية المناسبة التي تستهدف استمالة الجمهور وتحفيزه على المشاركة والتبرع[3]،وان نجاح حملات الاتصال العمومي في تعبئة الموارد لصالح مبادرات التكافل الاجتماعي يرتبط بمدى قدرتها على بناء الثقة بين المؤسسات المنظمة والجمهور المستهدف، وهو ما يتطلب الشفافية في عرض المعلومات وتوضيح كيفية استخدام التبرعات والموارد المتاحة

[1] محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره ، ص132
[2] نصيرة تامي، مرجع سبق ذكره ، ص87
[3] بومدين بلقاسم، "الاتصال الاجتماعي في الجزائر: التحديات والآفاق"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2018، ص167

.فالمؤسسات الإعلامية الجزائرية تلعب دوراً محورياً في دعم حملات التبرع والمبادرات التضامنية، من خلال توفير مساحات إعلامية مجانية لهذه الحملات، والمشاركة في تنظيمها، وهو ما يعزز من فعاليتها ويوسع من نطاق تأثيرها.[1]

3. الاتصال العمومي ودوره في تنسيق جهود الفاعلين في مجال التكافل الاجتماعي

يساهم الاتصال العمومي في إيجاد فضاء للتواصل والتنسيق بين مختلف الفاعلين في المجال الاجتماعي، من مؤسسات حكومية وجمعيات أهلية وقطاع خاص وأفراد، مما يؤدي إلى تكامل الأدوار وتجنب ازدواجية الجهود، وبالتالي تعظيم الأثر الاجتماعي للمبادرات التكافلية[2] .

تمثل وسائل الإعلام الجزائرية جسراً للتواصل والتنسيق بين مختلف الفاعلين في مجال التكافل الاجتماعي، من خلال إتاحة منصات للحوار وتبادل الخبرات والتجارب، وتسليط الضوء على المبادرات الناجحة، مما يشجع على تبنيها وتطويرها في مناطق أخرى، كما ان التغطية الإعلامية المستمرة لقضايا التكافل الاجتماعي تسهم في إبقائها ضمن أولويات الرأي العام، مما يحفز المؤسسات الرسمية والأهلية على تطوير استراتيجياتها وبرامجها في هذا المجال[3]

4. دور الاتصال العمومي في تغيير السلوك الاجتماعي نحو التكافل

يمتلك الاتصال العمومي القدرة على التأثير في السلوك الاجتماعي من خلال تشكيل الاتجاهات والقناعات، وتعزيز القيم الإيجابية، وتقديم نماذج سلوكية يحتذى بها .وان نجاح الاتصال العمومي في تغيير السلوكيات الاجتماعية نحو التكافل يتوقف على مدى قدرته على مخاطبة البعد القيمي في الشخصية العربية، وربط الممارسات التكافلية بالمنظومة القيمية والدينية للمجتمع [4].

كما أن الرسائل الاتصالية التي تستند إلى القيم الدينية والثقافية للمجتمع الجزائري، وتربط بين التكافل الاجتماعي والهوية الوطنية، تكون أكثر قدرة على التأثير في سلوكيات الأفراد وتحفيزهم على المشاركة في الأنشطة التطوعية والتضامنية .وان حملات الاتصال العمومي التي نجحت في تعزيز ممارسات التكافل الاجتماعي في الجزائر هي تلك التي استطاعت أن توازن بين

[1] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره ، ص 176

[2] آمال قاسمي، "الشراكة بين المؤسسات الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني: دراسة تحليلية"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، المجلد 20، العدد 2، 2018، ص 98

[3] محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره ، ص156

[4] عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره ، ص138.

البعد الإقناعي والبعد العاطفي في رسائلها، وأن تقدم نماذج واقعية لأفراد ومؤسسات نجحوا في ممارسة التكافل الاجتماعي بطرق مبتكرة وفعالة[1]

5. الاتصال العمومي ودوره في تعزيز الهوية الجمعية والانتماء المجتمعي

الاتصال العمومي يسهم في تعزيز الشعور بالهوية المشتركة والانتماء إلى الجماعة، من خلال إبراز القيم والمبادئ المشتركة بين أفراد المجتمع، وخاصة القيم المرتبطة بالتضامن والتآزر، مما يعزز الشعور بالوحدة والتماسك الاجتماعي .وان الخطاب الإعلامي الذي يركز على القيم المشتركة والتحديات الجماعية يولد لدى الأفراد الشعور بالمسؤولية تجاه بعضهم البعض، ويدفعهم نحو تبني سلوكيات التكافل والتضامن[2]،كما يسهم الاتصال العمومي في بناء جسور الثقة بين مختلف مكونات المجتمع، من خلال تعزيز الشفافية والمصداقية في تناول القضايا الاجتماعية، مما يشجع على المشاركة الفعالة في مبادرات التكافل الاجتماعي .وان وسائل الإعلام الجزائرية لعبت دوراً مهماً في تعزيز التماسك الاجتماعي خلال الأزمات والكوارث التي مرت بها البلاد، مثل زلزال بومرداس عام 2003، وأزمة كورونا عام 2020، حيث ساهمت في حشد الدعم للمتضررين وتنسيق المبادرات التضامنية [3]

المطلب الثاني: استراتيجيات الاتصال العمومي في تعزيز قيم التكافل

1. استراتيجية الإعلام والتوعية المجتمعية

إن استراتيجية الإعلام والتوعية تهدف إلى نشر الوعي بأهمية التكافل الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وذلك عبر تقديم مضامين إعلامية هادفة تبرز قيم التضامن والتآزر في المجتمع، وتسلط الضوء على النماذج الإيجابية في هذا المجال، مما يساهم في تعزيز الحس المجتمعي بأهمية التكافل كقيمة أساسية في بناء مجتمع متماسك[4]،تتجلى فعالية هذه الاستراتيجية في قدرتها على الوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، وتشكيل رأي عام مساند لمبادرات التكافل الاجتماعي، وهو ما يساهم في خلق بيئة اجتماعية محفزة للعمل التطوعي والمبادرات التضامنية[5]

2. استراتيجية التفاعل والمشاركة المجتمعية

[1] نصيرة تامي، مرجع سبق ذكره ، ص 106
[2] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره ، ص 205
[3] بومدين بلقاسم، مرجع سبق ذكره ، ص189
[4] محمد بوعلي، "الإعلام وقضايا المجتمع: دراسة في آليات التكافل الاجتماعي"، الطبعة الأولى، دار الحكمة للنشر، الجزائر، 2018، ص 127.
[5] محمد بوعلي، المرجع نفسه، ص 129.

تمثل استراتيجية التفاعل والمشاركة المجتمعية نهجاً فعالاً في تعزيز قيم التكافل من خلال إشراك المواطنين في العملية الاتصالية. يؤكد محمد فالي أن "توجه الاتصال العمومي المعاصر يسعى إلى تجاوز النمط التقليدي الأحادي الاتجاه إلى نمط تفاعلي يقوم على المشاركة الحقيقية للمواطنين في عملية صنع القرار وتنفيذ المبادرات المجتمعية، حيث تتيح هذه الاستراتيجية فرصة لبناء علاقات وطيدة بين مؤسسات الدولة والمواطنين، وتعزيز الثقة المتبادلة، وهو ما يساهم في خلق بيئة مواتية لنمو قيم التكافل والتضامن [1]

3. استراتيجية التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة

يعد التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة استراتيجية مهمة في نشر ثقافة التكافل الاجتماعي. فالبيئة الإعلامية المعاصرة تتميز بالتنوع والتعدد، مما يستدعي توظيف مختلف الوسائل الإعلامية بشكل متكامل ومدروس لضمان الوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من الجمهور، وتحقيق التأثير المطلوب في نشر القيم الإيجابية ومنها قيم التكافل الاجتماعي[2]،وتتميز وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المطبوعة، الإذاعة، التلفزيون) بقدرتها على الوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، خاصة في المناطق الريفية والنائية، في حين تتميز وسائل الإعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي، المنصات الرقمية) بقدرتها على استهداف فئات محددة وخلق فضاءات تفاعلية، وبالتالي فإن التكامل بينهما يضمن تغطية شاملة للمجتمع وتحقيق أقصى تأثير ممكن في نشر ثقافة التكافل وتعزيز قيمه [3]

4. استراتيجية الخطاب الإعلامي القيمي

تعتبر استراتيجية الخطاب الإعلامي القيمي من الاستراتيجيات الأساسية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي. الخطاب الإعلامي المؤثر هو الذي يستند إلى منظومة قيمية تنسجم مع البناء الثقافي والاجتماعي للمجتمع، وتخاطب العقل والوجدان معاً، وتربط بين المعرفة والقيمة، وتجعل من وسائل الإعلام أداة لبناء الوعي القيمي وتعزيز التماسك الاجتماعي[4]

5. استراتيجية الشراكة الاستراتيجية بين القطاعات

تمثل استراتيجية الشراكة الاستراتيجية بين مختلف القطاعات نهجاً فعالاً في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي. فان تحقيق التكافل الاجتماعي يتطلب تضافر جهود مختلف الفاعلين في المجتمع، من مؤسسات حكومية ومنظمات مجتمع مدني وقطاع خاص

[1] محمد فالي، "الاتصال العمومي وإدارة الأزمات"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014، ص 156
[2] زهير إحدادن، "مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 178.
[3] زهير إحدادن، المرجع نفسه، ص 182.
[4] عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره ، ص 215.

ومؤسسات إعلامية، في إطار شراكة استراتيجية تقوم على تكامل الأدوار وتنسيق الجهود وتعظيم الأثر الاجتماعي [1]،وتعتمد فعالية هذه الاستراتيجية على وجود رؤية مشتركة وأهداف واضحة وآليات فعالة للتنسيق والمتابعة والتقييم، وعلى دور الاتصال العمومي في تسهيل التواصل بين مختلف الشركاء، وتوفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المناسبة، وتعزيز الشفافية والمساءلة في العمل التنموي، وهو ما يسهم في بناء الثقة وتعزيز المشاركة المجتمعية في مبادرات التكافل الاجتماعي[2]

6. استراتيجية توظيف الإعلام المحلي

يلعب الإعلام المحلي دوراً محورياً في التنمية المحلية من خلال قربه من المواطن، وقدرته على معالجة القضايا المحليـــة بعمـــق وواقعية، وإبراز الخصوصيات الثقافية والاجتماعية للمجتمع المحلي، وتعزيز الهوية المحلية والانتماء المجتمعي، وهو ما يجعلـــه أداة فعالة في تعزيز قيم التكافل والتضامن على المستوى المحلي [3]،كما يتميز الإعلام المحلي بقدرته على توفير فضاء للتواصل والحوار بين مختلف الفاعلين المحليين، وإبراز النماذج الإيجابية في مجال التكافل الاجتماعي، والتعريف بالموارد والخدمات المتاحة، وتنسيق الجهود بين مختلف المبادرات التضامنية، وهو ما يسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وبناء مجتمع متكافل[4]

المطلب الثالث: تجارب ناجحة في توظيف الاتصال العمومي لتحقيق التكافل الاجتماعي

1. تجربة الهلال الأحمر الجزائري في توظيف الاتصال العمومي لتحقيق التكافل الاجتماعي

يُعدّ الهلال الأحمر الجزائري من أبرز المؤسسات التي نجحت في توظيف الاتصال العمومي لتحقيق التكافل الاجتماعي على الصعيد الوطني. استطاع الهلال الأحمر الجزائري تطوير استراتيجية اتصالية متكاملة قائمة على التفاعل المباشر مع المواطنين من خلال الحملات الميدانية والتواصل الرقمي عبر المنصات الاجتماعية، مما ساهم في تعزيز روح التضامن والتكافل بـــين مختلـــف شرائح المجتمع الجزائري، خاصة في فترات الأزمات والكوارث الطبيعية التي شهدتها البلاد خلال العقدين الماضيين [5]

وقد تجلت نجاعة هذه الاستراتيجية الاتصالية خلال جائحة كورونا، حيث استطاع الهلال الأحمر الجزائري توظيف مختلف وسائل الاتصال العمومي للتوعية بمخاطر الوباء وحشد التبرعات لصالح الأسر المتضررة. و نجح الهلال الأحمـــر الجزائـــري في توظيف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية لنشر رسائل تضامنية تحث على التكافل الاجتماعي، مما ساهم في جمـــع تبرعـــات

[1] الصادق رابح، "الإعلام والتنمية في الوطن العربي"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 189.
[2] الصادق رابح، المرجع نفسه، ص 193
[3] زهير إحدادن، "مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 203.
[4] زهير إحدادن، المرجع نفسه، ص 205.
[5] عبد الرحمن بن مرسلي، "الاتصال المؤسساتي في الجزائر: الواقع والآفاق"، الطبعة الثانية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018، ص. 129.

تجاوزت 50 مليار سنتيم خلال الشهور الثلاثة الأولى من الجائحة، وتوزيعها على أكثر من 200 ألف أسرة معوزة في مختلف ولايات الوطن[1]

ومن أبرز آليات الاتصال العمومي التي وظفها الهلال الأحمر الجزائري لتحقيق التكافل الاجتماعي، تنظيم حملات إعلامية واسعة النطاق بالتعاون مع وسائل الإعلام العمومية والخاصة، إضافة إلى استثمار منصات التواصل الاجتماعي لاستقطاب الشباب والتفاعل المباشر مع المواطنين. نجاح الهلال الأحمر الجزائري في توظيف تقنيات الاتصال الحديثة مكّنه من توسيع قاعدة المتطوعين من فئة الشباب، وتسهيل عمليات التبرع الإلكتروني، مما عزز من فعالية برامج التكافل الاجتماعي وضمن استدامتها على المدى الطويل[2]

2. تجربة الإذاعة الجزائرية في تعزيز ثقافة التكافل الاجتماعي

تُعدّ الإذاعة الجزائرية من أهم المؤسسات الإعلامية التي ساهمت في تعزيز قيم التكافل حيث لعبت الإذاعة الجزائرية بقنواتها الوطنية والمحلية دوراً محورياً في نشر ثقافة التكافل الاجتماعي، من خلال تخصيص مساحات إعلامية واسعة للتعريف بالمبادرات التضامنية وتسليط الضوء على الفئات المعوزة والمحتاجة للمساعدة، مما ساهم في خلق جسور تواصل بين المحسنين والمحتاجين ضمن إطار مؤسساتي منظم يضمن وصول المساعدات لمستحقيها [3]

ومن أبرز البرامج الإذاعية التي نجحت في تحقيق التكافل الاجتماعي، برنامج "جسور التواصل" الذي تبثه الإذاعة الوطنية الأولى، وبرنامج "أهل الخير" الذي تقدمه إذاعة القرآن الكريم. هذه البرامج استطاعت أن تؤسس لنموذج متميز في العمل الإعلامي التضامني، من خلال المزج بين البعد الإعلامي المتمثل في التوعية والتحسيس، والبعد العملي المتمثل في التدخل المباشر لحل مشكلات الأسر المعوزة، مما جعلها تحقق تأثيراً ملموساً في تعزيز التكافل الاجتماعي وترسيخ قيم التضامن في المجتمع الجزائري[1]

3. تجربة منصات التواصل الاجتماعي في دعم المبادرات التكافلية

أتاحت منصات التواصل الاجتماعي فرصاً غير مسبوقة للتواصل المباشر بين مختلف فئات المجتمع، وساهمت في خلق فضاءات افتراضية للتضامن والتكافل، تتجاوز الحدود المكانية والزمانية، وتسمح بتعبئة الرأي العام وحشد الموارد بشكل سريع وفعال لدعم القضايا الإنسانية والاجتماعية ،ومن التجارب الناجحة في هذا المجال مبادرة "أيادي الخير نحو الجزائر" التي انطلقت

[1] بوعلي نصير، "استراتيجيات الاتصال في الأزمات: دراسة حالة جائحة كورونا في الجزائر"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 13، العدد 2، 2021، ص 87.

[2] نوال بوضياف، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي ، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 193.

[3] زهير إحدادن، "مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2019، ص 227.

على موقع فيسبوك، وتحولت إلى جمعية خيرية رسمية تضم آلاف المتطوعين في مختلف ولايات الجزائر. وقد استثمرت هذه المبادرة في الإمكانات التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي للتعريف بنشاطاتها، وجمع التبرعات، واستقطاب المتطوعين، وتنسيق جهودهم في الميدان. وتشير الإحصائيات إلى أن المبادرة تمكنت من تقديم مساعدات لأكثر من 50 ألف عائلة معوزة، والتكفل بعلاج مئات المرضى، وترميم عشرات المدارس في المناطق النائية.كما إن نجاح مبادرة 'أيادي الخير نحو الجزائر' يكمن في قدرتها على توظيف استراتيجيات اتصالية فعالة، تعتمد على الشفافية في نشر تقارير النشاطات والتبرعات، واستخدام الصور والفيديوهات كأدوات للإقناع والتأثير، والاعتماد على شبكة واسعة من المتطوعين النشطاء في الفضاء الافتراضي، وهو ما ساهم في بناء الثقة بين المبادرة والجمهور، وتعزيز المشاركة المجتمعية في أعمال التكافل[2]

4. تجربة الحملات الإعلامية المتكاملة في دعم المبادرات التكافلية

تعد الحملات الإعلامية المتكاملة من الأدوات الفعالة في توظيف الاتصال العمومي لتحقيق التكافل الاجتماعي، وذلك من خلال توظيف مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة لنشر ثقافة التكافل وتعبئة الرأي العام لدعم المبادرات الاجتماعية. الحملات الإعلامية المتكاملة تمثل استراتيجية اتصالية فعالة لتعزيز قيم التكافل الاجتماعي، حيث تعتمد على تخطيط علمي دقيق، وتوظيف مختلف وسائل الإعلام والاتصال، واستخدام رسائل إعلامية متنوعة، تستهدف مختلف شرائح المجتمع، وتسعى إلى إحداث تغيير في المعارف والاتجاهات والسلوكيات المرتبطة بالتكافل الاجتماعي،ومن التجارب الناجحة في هذا المجال حملة "تضامن" التي أطلقتها وزارة التضامن الوطني والأسرة في الجزائر، بالتعاون مع التلفزيون الجزائري، والإذاعة الوطنية، والصحف الوطنية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف دعم الأسر المتضررة من جائحة كورونا. وقد اعتمدت الحملة على استراتيجية اتصالية متكاملة، تضمنت بث برامج تلفزيونية وإذاعية خاصة، ونشر مقالات صحفية توعوية، وإنتاج إعلانات خدمة عامة، وتنظيم لقاءات وندوات افتراضية، وإطلاق حملات في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما ساهم في تعبئة الرأي العام وحشد التبرعات التي بلغت قيمتها أكثر من مليار دينار جزائري ،لقد نجحت حملة 'تضامن' في توظيف مختلف وسائل الإعلام والاتصال لخلق منظومة إعلامية متكاملة، تعزز قيم التكافل والتضامن في المجتمع الجزائري، وتسهم في بناء جسور التواصل بين مختلف الفاعلين في المجتمع، من مؤسسات حكومية، ومنظمات مجتمع مدني، وقطاع خاص، ومواطنين، وهو ما يعكس الدور المحوري للاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي [3]

[1] مصطفى سحاري، "الإعلام الإذاعي والتنمية الاجتماعية في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص156.

[2] سعاد بضياف، "دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية لصفحة 'أيادي الخير نحو الجزائر'"، مجلة دراسات في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 5، 2021، ص112-128.

[3] عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره، ص 213-220.

خلاصة الفصل

لقد تناولنا في هذا الفصل الإطار المفاهيمي للاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، حيث قمنا بتسليط الضـــوء علـــى مفهوم الاتصال العمومي وخصائصه ووظائفه ووسائله المختلفة، كما تطرقنا إلى مفهوم التكافل الاجتماعي وأهميته وأشـــكاله والمعوقات التي تحول دون تحقيقه. وأخيراً، تناولنا العلاقة بين الاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي، وكيف يمكن للاتصال أن يسهم في تعزيز قيم التكافل في المجتمع. وقد خلصنا إلى أن هناك علاقة تكاملية بين المفهومين، وأن الاتصال العمومي يمثل أداة فعالة في خدمة قضايا التكافل الاجتماعي، من خلال توظيف استراتيجيات وأساليب اتصالية متنوعة ومدروسة. وسيشكل هذا الإطار المفاهيمي قاعدة نظرية متينة للفصول اللاحقة التي ستتناول الجوانب التطبيقية للموضوع

الفصل الثاني:

الإطار النظري للجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعى

تمهيد:

تمثل الجمعيات الخيرية إحدى أهم آليات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال الدور المحوري الذي تلعبه في تقديم الدعم والمساعدة للفئات المحتاجة والهشة في المجتمع. في هذا الفصل، سنتناول الإطار النظري للجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعي، حيث سنستعرض مفهوم الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر، والإطار القانوني والتنظيمي الـــذي يحكم عملها، والتحديات التي تواجهها في المجتمع الجزائري. كما سنسلط الضوء على استراتيجيات الاتصـــال في الجمعيـــات الخيرية، وأهمية الاتصال في إدارتها، والأدوات والأساليب الاتصالية التي تستخدمها، وكيفية تخطيط الحملات الاتصالية فيها. ثم نختم الفصل باستعراض تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال تقديم نماذج محلية وعالمية في هذا المجال، وآليات التمويل والاستدامة المعتمدة، وتقييم أثر هذه الجمعيات في تحقيق التكافل الاجتماعي

المبحث الأول: الجمعيات الخيرية: النشأة والتطور

تعد الجمعيات الخيرية من أبرز مؤسسات المجتمع المدني التي تسهم في تحقيق التنمية المجتمعية والتكافل الاجتماعي. في هـــذا المبحث، سنتناول مفهوم الجمعيات الخيرية ونشأتها وتطورها في الجزائر، والمراحل التاريخية التي مرت بها منذ الاستقلال وحتى الوقت الراهن. كما سنسلط الضوء على الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم عمل هذه الجمعيات في الجزائر، والذي يشمل القوانين والتشريعات والهياكل الإدارية المنظمة للعمل الجمعوي. وأخيراً، سنتطرق إلى أبرز التحديات والصعوبات التي تواجـــه العمل الجمعوي في المجتمع الجزائري، وتأثيرها على أداء الجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر

أولاً: التعريف والمفهوم

تُعرف الجمعيات الخيرية في الأدبيات القانونية والاجتماعية بأنها منظمات غير حكومية تهدف إلى تقديم الخدمات الاجتماعية والخيرية للمجتمع دون السعي لتحقيق الربح المادي [1]. وقد تطور مفهوم الجمعيات الخيرية في الجزائر عـــبر مراحـــل تاريخيـــة متعددة، حيث شهدت تحولات جذرية في إطارها القانوني والتنظيمي منذ الاستقلال.

إن الشخصية الاعتبارية أو بعبارة أخرى الشخصية المعنوية هو كميلاد واعتراف قانوني لمؤسسة باكتساب أهلية قانونية [2]، وباختلاف نشاطات هذه المؤسسات اختلفت التنظيمات القانونية التي تنظم كل مؤسسة حسب طبيعتها القانونية.

ثانياً: التطور التاريخي للجمعيات الخيرية في الجزائر

الفترة الأولى (1962-1971): مرحلة الاستمرارية القانونية

في الفترة الأولى من الاستقلال، اعتمدت الجزائر على استمرارية التشريع الفرنسي في تنظيم العمل الجمعوي. وقد شكلت هذه المرحلة فترة انتقالية مهمة في تطور العمل الجمعوي الجزائري، حيث تم الاحتفاظ بالأحكام القانونية الســـابقة في تنظـــيم الجمعيات[3]

الفترة الثانية (1971-1989): مرحلة التنظيم الاشتراكي

شهدت هذه المرحلة تطوراً مهماً في التشريع الجزائري للجمعيات مع صدور قوانين جديدة تعكـــس توجهـــات الدولـــة الاشتراكية في تنظيم العمل الجمعوي وضبط أنشطته. وقد جاء هذا التشريع ليحدد كيفيات تطبيق العمل الجمعوي من خلال المراسيم المصاحبة له.

[1] القانون رقم 62/157، المتضمن تمديد العمل بالقوانين الفرنسية، الجريدة الرسمية، عدد 02، الصادرة في 11 جانفي 1963.
[2] الأمر رقم 71/79، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 105، الصادرة في 24 ديسمبر 1971.
[3] القانون رقم 90/31، المتضمن قانون الجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 53، الصادرة في 05 ديسمبر 1990.

الفترة الثالثة (1989-2012): مرحلة التعددية والانفتاح

تُعتبر هذه المرحلة الأكثر أهمية في تطور العمل الجمعوي الجزائري، حيث شهدت التحول الديمقراطي الذي عرفته الجزائر في بداية التسعينات[1]. وقد واكب هذا التطور صدور دستور 1989 الذي كرس الحريات الأساسية وحق تكوين الجمعيات.

ثالثاً: خصائص الجمعيات الخيرية في المجتمع الجزائري

تتميز الجمعيات الخيرية في الجزائر بعدة خصائص أساسية تعكس طبيعة المجتمع الجزائري وتوجهاته الثقافية والاجتماعية. فهي تعمل في إطار قانوني محدد، وتهدف إلى تحقيق أغراض اجتماعية وخيرية، كما أنها تعتمد على مبدأ التطوع والمشاركة المجتمعية.

المطلب الثاني: الإطار القانوني والتنظيمي للجمعيات الخيرية في الجزائر

أولاً: الأسس الدستورية للعمل الجمعوي

1. دستور 1989 والانفتاح الديمقراطي[2]

شكل دستور 1989 نقلة نوعية في تكريس الحريات الأساسية في الجزائر، حيث نص على حرية تكوين الجمعيات كحق أساسي من حقوق المواطنين. وقد جاء هذا الدستور في إطار التحول الديمقراطي الذي شهدته الجزائر في أواخر الثمانينات، مما أدى إلى ازدهار العمل الجمعوي بشكل لم يسبق له مثيل.

2. دستور 1996 والاستقرار المؤسسي[3]

مع صدور دستور 1996، تم تعزيز الإطار الدستوري للعمل الجمعوي، حيث حافظ الدستور الجديد على الحريات الأساسية مع تطويرها لتتماشى مع التطورات السياسية والاجتماعية في البلاد. وقد ساهم هذا الاستقرار الدستوري في تطوير العمل الجمعوي وتعزيز دوره في المجتمع.

ثانياً: التشريعات الأساسية المنظمة للعمل الجمعوي

1. قانون الجمعيات رقم 90/31[4]

[1] القانون رقم 62/157، مرجع سبق ذكره.
[2] دستور 1989، الجريدة الرسمية، عدد 09، الصادرة في 01 مارس 1989.
[3] دستور 1996، الجريدة الرسمية، عدد 76، الصادرة في 08 ديسمبر 1996.
[4] القانون رقم 90/31، المتضمن قانون الجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 53، الصادرة في 05 ديسمبر 1990.

يُعتبر القانون رقم 90/31 المتضمن قانون الجمعيات الإطار القانوني الأساسي المنظم للعمل الجمعوي في الجزائر منذ عام 1990. وقد جاء هذا القانون ليعكس التوجه الديمقراطي الجديد للدولة الجزائرية، حيث وسع من نطاق الحريات المدنية وأعطى مجالاً أكبر للمبادرة المجتمعية.

وقد تناول هذا القانون تعريف الجمعية وأهدافها وطرق تأسيسها وإدارتها، كما حدد الإجراءات الإدارية اللازمة للحصول على الاعتراف القانوني. كما نص على حقوق وواجبات الجمعيات وآليات الرقابة عليها.

2. القوانين المكملة والمنظمة

إلى جانب القانون الأساسي للجمعيات، صدرت عدة قوانين مكملة تنظم جوانب محددة من العمل الجمعوي، مثل القانون رقم 90/33 المتعلق بالتعاضديات الاجتماعية، والذي ينظم شكلاً خاصاً من أشكال العمل الجمعوي يركز على الضمان الاجتماعي والتعاضد.

ثالثاً: الهياكل الإدارية المنظمة للعمل الجمعوي

تتولى وزارة الداخلية والجماعات المحلية الإشراف على العمل الجمعوي في الجزائر، حيث تقوم بتسجيل الجمعيات ومراقبة أنشطتها. كما تلعب الولايات والبلديات دوراً مهماً في تنظيم العمل الجمعوي على المستوى المحلي، وذلك وفقاً لقانون البلدية رقم 90/08.

المطلب الثالث: تحديات العمل الجمعوي في المجتمع الجزائري

أولاً: التحديات القانونية والإدارية

1. التعقيدات الإجرائية

تواجه الجمعيات الخيرية في الجزائر تحديات إجرائية متعددة في عملية التأسيس والتسجيل، حيث تتطلب الإجراءات الإدارية وقتاً طويلاً ومجهوداً كبيراً من قبل المؤسسين. وقد أشارت الدراسات الأكاديمية إلى أن هذه التعقيدات تشكل عائقاً أمام تطوير العمل الجمعوي.

2. ضعف الإطار التنظيمي

رغم وجود قانون الجمعيات رقم 90/31، إلا أن هناك نقصاً في النصوص التنظيمية التي تحدد كيفيات تطبيق هذا القانون بشكل دقيق، مما يخلق غموضاً في بعض الجوانب العملية للعمل الجمعوي[1].

ثانياً: التحديات المالية والاقتصادية

1. ضعف مصادر التمويل

تعاني الجمعيات الخيرية في الجزائر من ضعف مصادر التمويل، حيث تعتمد بشكل أساسي على التبرعات الفردية والمساهمات الشخصية، مما يحد من قدرتها على تطوير برامجها وتوسيع أنشطتها.

2. صعوبات الحصول على الدعم الحكومي

رغم وجود آليات للدعم الحكومي للجمعيات، إلا أن الحصول على هذا الدعم يتطلب إجراءات معقدة وشروطاً صارمة، مما يجعل العديد من الجمعيات الصغيرة والمتوسطة غير قادرة على الاستفادة منه[2].

ثالثاً: التحديات الاجتماعية والثقافية

1. ضعف الوعي المجتمعي

يعتبر ضعف الوعي المجتمعي بأهمية العمل الجمعوي وقيمته الاجتماعية من أبرز التحديات التي تواجه الجمعيات الخيرية في الجزائر. فرغم وجود تقاليد عريقة في التكافل الاجتماعي، إلا أن مفهوم العمل الجمعوي المنظم لا يزال بحاجة إلى تطوير وتعزيز.

2. ضعف التنسيق بين الجمعيات

تفتقر الجمعيات الخيرية في الجزائر إلى التنسيق الفعال فيما بينها، مما يؤدي إلى تشتت الجهود وتكرار الأنشطة، وبالتالي تقليل الأثر الإيجابي للعمل الجمعوي على المجتمع.

3. التحديات التكنولوجية والاتصالية

[1] رحموني محمد، تنظيم ممارسة التجمع في القانون الجزائري (الجمعيات والأحزاب السياسية أنموذجين)، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص156

[2] فاضلي سيد علي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009، ص 89

تواجه الجمعيات الخيرية في الجزائر تحدياً كبيراً في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في أنشطتها الإدارية والاتصالية، مما يحد من قدرتها على الوصول إلى جمهور أوسع وتطوير خدماتها. كما تعاني العديد من الجمعيات من نقص في الخبرات التخصصية في مجالات الإدارة والتسويق والاتصال[1].

المبحث الثاني: استراتيجيات الاتصال في الجمعيات الخيرية

يعد الاتصال أحد الركائز الأساسية في نجاح العمل الجمعوي وتحقيق أهدافه، نظراً لدوره الفعال في بناء الصورة الذهنية للجمعية والتواصل مع الجماهير المختلفة. في هذا المبحث، سنتناول أهمية الاتصال في إدارة الجمعيات الخيرية، ودوره في تحقيق التواصل الفعال مع المتطوعين والمانحين والمستفيدين والرأي العام. كما سنستعرض أهم الأدوات والأساليب الاتصالية التي تستخدمها الجمعيات الخيرية، سواء كانت تقليدية أم حديثة. ثم نتطرق إلى كيفية تخطيط الحملات الاتصالية في الجمعيات الخيرية، والخطوات المنهجية التي تتبعها في

المطلب الأول: أهمية الاتصال في إدارة الجمعيات الخيرية

يمثل الاتصال العصب الحيوي في الجمعيات الخيرية، حيث يساهم في تحقيق التواصل الفعال بين جميع أطراف العمل الخيري. ففي السياق الجزائري، تعتمد الجمعيات الخيرية على الاتصال كوسيلة أساسية للوصول إلى المستفيدين وجذب المتطوعين والحصول على الدعم المالي واللوجستي. ويكتسب الاتصال في هذه المؤسسات أهمية خاصة نظراً لطبيعة عملها الإنساني والاجتماعي الذي يتطلب بناء علاقات قوية مع المجتمع المحلي والجهات الداعمة.

يسهم الاتصال في تطوير العلاقات الداخلية والخارجية للجمعية، فهو يعزز التعاون بين أعضاء الفريق العامل، ويحسن من مستوى التنسيق بين الأقسام المختلفة، كما يقوي الروابط مع الشركاء الاستراتيجيين والجهات الحكومية. إضافة إلى ذلك، يلعب الاتصال دوراً محورياً في التعريف بأنشطة الجمعية وإنجازاتها، مما يساهم في بناء سمعة طيبة وتعزيز مكانتها في المجتمع.

أولاً: تعزيز الشفافية والمساءلة في العمل الخيري

تعتبر الشفافية والمساءلة من أهم القيم التي تحكم عمل الجمعيات الخيرية، والاتصال الفعال هو الأداة الرئيسية لتحقيق هذين المبدأين. فمن خلال التواصل المنتظم مع الجماهير المختلفة، تستطيع الجمعيات تقديم تقارير دورية عن أنشطتها وإنجازاتها، وعرض كيفية استخدام التبرعات والمساعدات المقدمة لها. هذا النوع من الاتصال يبني الثقة بين الجمعية والمانحين والمستفيدين، ويضمن استمرارية الدعم المقدم لها.

[1] القانون رقم 90/33، المتعلق بالتعاضديات الاجتماعية، الجريدة الرسمية، عدد 56، الصادرة في 25 ديسمبر 1990.

كما يساهم الاتصال في تعزيز مبدأ المساءلة من خلال إتاحة الفرصة للجماهير لتقديم الملاحظات والاقتراحات، وطرح الأسئلة حول أداء الجمعية. هذا التفاعل الإيجابي يساعد على تحسين مستوى الخدمات المقدمة، ويؤدي إلى تطوير آليات العمل بما يحقق مصلحة المستفيدين. بالتالي، يصبح الاتصال وسيلة للتطوير المستمر والتحسين الدائم لأداء الجمعية.

ثانياً: تحفيز المشاركة المجتمعية والتطوع

يلعب الاتصال دوراً محورياً في تحفيز أفراد المجتمع على المشاركة في العمل الخيري والتطوع في الجمعيات. فمن خلال حملات التوعية والتعريف بأهداف الجمعية ومجالات عملها، تستطيع هذه المؤسسات جذب المتطوعين الجدد وتشجيع المشاركة المجتمعية الفعالة. الاتصال الجيد يساعد على توضيح أهمية العمل الخيري وأثره الإيجابي على المجتمع، مما يدفع المزيد من الأشخاص للانخراط في هذا العمل النبيل.

يساهم الاتصال في تطوير برامج التدريب والتأهيل للمتطوعين، حيث يتم من خلاله نقل المعارف والمهارات اللازمة للعمل الخيري. كما يساعد على بناء شبكة قوية من المتطوعين المدربين والملتزمين، الذين يمكنهم المساهمة بفعالية في تحقيق أهداف الجمعية. هذا النوع من الاتصال يضمن استمرارية العمل التطوعي وتطوير قدرات الجمعية البشرية.[1]

ثالثاً: بناء الشراكات الاستراتيجية والتعاون المؤسسي

يعتبر الاتصال الأداة الأساسية لبناء الشراكات الاستراتيجية مع المؤسسات الحكومية والخاصة والمنظمات الدولية. فمن خلال التواصل الفعال، تستطيع الجمعيات الخيرية التعريف بأنشطتها وأهدافها، والبحث عن فرص التعاون والشراكة مع الجهات الأخرى التي تعمل في نفس المجال أو المجالات المكملة. هذا التعاون يساهم في تعزيز قدرات الجمعية وتوسيع نطاق تأثيرها الاجتماعي.

كما يساعد الاتصال في تنسيق الجهود بين الجمعيات المختلفة، مما يؤدي إلى تحقيق الاستفادة القصوى من الموارد المتاحة وتجنب التكرار في البرامج والأنشطة. هذا التنسيق يساهم في رفع مستوى الكفاءة والفعالية في العمل الخيري، ويضمن تحقيق تأثير أكبر على المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للجمعيات من خلال الاتصال الفعال أن تتبادل الخبرات والتجارب الناجحة، مما يساهم في التطوير المستمر لأدائها.[2]

[1] رحموني محمد، تنظيم ممارسة التجمع في القانون الجزائري (الجمعيات والأحزاب السياسية أنموذجين)، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص 127.

[2] فاضلي سيد علي، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008-2009، ص 95.

المطلب الثاني: أدوات وأساليب الاتصال المستخدمة في الجمعيات الخيرية

تتنوع أدوات وأساليب الاتصال المستخدمة في الجمعيات الخيرية بين التقليدية والحديثة، وتختلف حسب طبيعة الجمهور المستهدف والهدف من الاتصال. في العصر الحديث، تعتمد الجمعيات الخيرية على مزيج متنوع من وسائل الاتصال لضمان الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور المستهدف. هذا التنوع في الأدوات والأساليب يساعد على تحقيق فعالية أكبر في العمل الاتصالي ويضمن تحقيق الأهداف المرجوة من الحملات الاتصالية.

وتشمل الأدوات التقليدية المستخدمة في الجمعيات الخيرية الكتيبات والنشرات والملصقات والإعلانات في وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والإذاعة والتلفزيون. بينما تشمل الأدوات الحديثة مواقع الإنترنت والشبكات الاجتماعية والتطبيقات الذكية والبريد الإلكتروني. كما تستخدم الجمعيات أساليب الاتصال المباشر مثل الاجتماعات واللقاءات والمؤتمرات والندوات والفعاليات العامة.

أولاً: الأدوات الاتصالية التقليدية

تحتفظ الأدوات الاتصالية التقليدية بمكانة مهمة في استراتيجيات الاتصال للجمعيات الخيرية، خاصة في المجتمعات التي لا تزال تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام التقليدية. تتضمن هذه الأدوات الكتيبات التعريفية التي تحتوي على معلومات شاملة عن الجمعية وأهدافها وبرامجها، والتي توزع في المناسبات العامة والأماكن التي يتجمع فيها الجمهور المستهدف. كما تشمل النشرات الدورية التي تحتوي على آخر أخبار الجمعية وإنجازاتها، والتي ترسل للمانحين والمتطوعين والمهتمين بالعمل الخيري.

إضافة إلى ذلك، تستخدم الجمعيات الملصقات واللافتات للإعلان عن أنشطتها وفعالياتها، والتي توضع في الأماكن العامة والمساجد والمراكز التجارية. كما تعتمد على الإعلانات في الصحف المحلية والإذاعات لنشر رسائلها والتعريف بحملاتها الخيرية. هذه الوسائل، رغم تطور التكنولوجيا، لا تزال تحتفظ بفعاليتها في الوصول إلى شرائح معينة من الجمهور، خاصة كبار السن والأشخاص الذين لا يستخدمون التكنولوجيا الحديثة بشكل مكثف.

ثانياً: الأدوات الاتصالية الحديثة والرقمية

لقد أحدثت التكنولوجيا الرقمية ثورة في مجال الاتصال، وأصبحت الجمعيات الخيرية تعتمد بشكل متزايد على الأدوات الرقمية للوصول إلى جماهيرها. تأتي في مقدمة هذه الأدوات المواقع الإلكترونية التي تعتبر بمثابة البوابة الرئيسية للجمعية على الإنترنت، حيث تحتوي على جميع المعلومات اللازمة عن الجمعية وتوفر خدمات مختلفة مثل التسجيل للتطوع والتبرع الإلكتروني. كما تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً محورياً في استراتيجيات الاتصال الحديثة، حيث توفر منصات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام فرصة للتفاعل المباشر مع الجمهور ونشر المحتوى بشكل سريع وواسع الانتشار.

تستخدم الجمعيات أيضاً البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل المباشر مع المانحين والمتطوعين، حيث ترسل رسائل دورية تحتوي على تحديثات عن أنشطة الجمعية وتطوراتها. كما تعتمد على التطبيقات الذكية لتسهيل عملية التبرع والتواصل مع المستفيدين. هذه الأدوات الرقمية تتميز بقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع بتكلفة منخفضة نسبياً، وإمكانية التفاعل المباشر والفوري مع المتابعين.[1]

ثالثاً: أساليب الاتصال المباشر والفعاليات العامة

تحتفظ أساليب الاتصال المباشر بأهمية خاصة في عمل الجمعيات الخيرية، حيث توفر فرصة للتفاعل الشخصي والمباشر مع الجمهور. تشمل هذه الأساليب تنظيم المؤتمرات والندوات التي تناقش قضايا مهمة تتعلق بمجال عمل الجمعية، والتي تساهم في رفع مستوى الوعي لدى الجمهور وتعزيز فهمه لأهمية العمل الخيري. كما تنظم الجمعيات ورش عمل تدريبية للمتطوعين وأعضاء المجتمع، والتي تساهم في بناء القدرات وتطوير المهارات اللازمة للعمل الخيري.

تشمل الفعاليات العامة أيضاً الأيام المفتوحة والمعارض الخيرية والبازارات، والتي توفر فرصة للجمعية للتعريف بأنشطتها وإنجازاتها بشكل مباشر ومرئي. هذه الفعاليات تساعد في جمع التبرعات وجذب المتطوعين الجدد، كما تساهم في تعزيز الروابط الاجتماعية بين أعضاء المجتمع. إضافة إلى ذلك، تنظم الجمعيات زيارات ميدانية للمانحين والمتطوعين لإطلاعهم على أثر عملها على أرض الواقع، مما يعزز ثقتهم ويحفزهم على مواصلة الدعم.

المطلب الثالث: تخطيط الحملات الاتصالية في الجمعيات الخيرية

يعتبر التخطيط الاستراتيجي للحملات الاتصالية عنصراً حيوياً في نجاح الجمعيات الخيرية في تحقيق أهدافها. فالحملات الاتصالية المخططة بعناية تساهم في زيادة الوعي بقضايا الجمعية، وتحفز الجمهور على المشاركة والتبرع، وتعزز صورة الجمعية في المجتمع. يتطلب تخطيط هذه الحملات فهماً عميقاً للجمهور المستهدف، وتحديداً واضحاً للأهداف المراد تحقيقها، واختياراً مناسباً للأدوات والقنوات الاتصالية، وتقييماً مستمراً للنتائج المحققة.

تمر عملية تخطيط الحملات الاتصالية في الجمعيات الخيرية بعدة مراحل أساسية، تبدأ بالتحليل والدراسة وتحديد الأهداف، ثم تصميم الرسالة الاتصالية واختيار الوسائل المناسبة، وتنتهي بالتنفيذ والمتابعة والتقييم. كل مرحلة من هذه المراحل تتطلب خبرة ومهارة خاصة، وتساهم في ضمان نجاح الحملة وتحقيق الأهداف المرجوة منها.

أولاً: مرحلة التحليل والتشخيص

[1] معمري ساعد، النظام القانوني للجمعيات في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016، ص 143.

تبدأ عملية تخطيط الحملات الاتصالية بمرحلة التحليل والتشخيص، والتي تشمل دراسة البيئة الداخلية والخارجية للجمعية، وتحليل الجمهور المستهدف، وتحديد نقاط القوة والضعف في الاتصال الحالي. هذه المرحلة أساسية لفهم السياق الذي ستعمل فيه الحملة الاتصالية، وتحديد الفرص والتحديات التي قد تواجهها. يتضمن التحليل دراسة الجمهور المستهدف من حيث الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والثقافية، وفهم اتجاهاته ومواقفه تجاه العمل الخيري والقضايا التي تتبناها الجمعية.

كما يشمل التحليل دراسة المنافسين والجمعيات الأخرى التي تعمل في نفس المجال، لفهم استراتيجياتها الاتصالية ونقاط تميزها، والاستفادة من تجاربها الناجحة. إضافة إلى ذلك، يتم تحليل الموارد المتاحة للجمعية من حيث الميزانية والكوادر البشرية والتقنيات المتوفرة، لضمان وضع خطة اتصالية قابلة للتنفيذ وتتناسب مع إمكانيات الجمعية.

ثانياً: تحديد الأهداف ووضع الاستراتيجية

بعد مرحلة التحليل، تأتي مرحلة تحديد الأهداف الاتصالية بشكل واضح ومحدد وقابل للقياس. يجب أن تكون هذه الأهداف متوافقة مع الأهداف العامة للجمعية، ومرتبطة بالمشكلة أو التحدي الذي تسعى الحملة لمعالجته. تتنوع الأهداف الاتصالية بين زيادة الوعي بقضية معينة، وتحفيز الجمهور على اتخاذ إجراء محدد مثل التبرع أو التطوع، وتحسين صورة الجمعية، وبناء علاقات جديدة مع الشركاء والمانحين المحتملين.

بناءً على الأهداف المحددة، يتم وضع الاستراتيجية الاتصالية التي تحدد الخطوط العريضة للحملة، وتشمل تحديد الرسائل الرئيسية التي ستركز عليها الحملة، واختيار القنوات والوسائل الاتصالية المناسبة، وتحديد الجدول الزمني للتنفيذ. تراعي الاستراتيجية خصائص الجمهور المستهدف والسياق الثقافي والاجتماعي الذي تعمل فيه الجمعية، وتسعى لتحقيق أقصى تأثير ممكن بالموارد المتاحة.[1]

ثالثاً: التنفيذ والمتابعة والتقييم

تأتي مرحلة التنفيذ كترجمة عملية لما تم التخطيط له في المراحل السابقة، حيث يتم إنتاج المواد الاتصالية المختلفة وتنفيذ الأنشطة المخططة وإطلاق الحملة وفق الجدول الزمني المحدد. تتطلب هذه المرحلة تنسيقاً دقيقاً بين جميع أعضاء الفريق المسؤول عن الحملة، ومتابعة مستمرة لضمان سير العمل وفق الخطة الموضوعة. كما تتطلب مرونة في التعامل مع التحديات والمشاكل التي قد تظهر أثناء التنفيذ، والقدرة على إجراء التعديلات اللازمة دون المساس بالأهداف الأساسية للحملة.

تعتبر المتابعة والتقييم جزءاً لا يتجزأ من عملية تخطيط وتنفيذ الحملات الاتصالية، حيث يتم قياس مدى تحقيق الأهداف المحددة مسبقاً، وتقييم فعالية الأدوات والأساليب المستخدمة، وقياس مستوى الوصول والتأثير على الجمهور المستهدف. يتم التقييم من خلال مؤشرات كمية ونوعية، مثل عدد الأشخاص الذين تم الوصول إليهم، ومعدل التفاعل مع المحتوى، وحجم

[1] حسين جمعة، الجمعيات والمؤسسات الأهلية، منشورات مكتب الدراسات والاستشارات الهندسية، القاهرة، مصر، 2004، ص 87.

التبرعات المحصلة، ومستوى الوعي بقضايا الجمعية. نتائج التقييم تساعد في تطوير الحملات المستقبلية واستخلاص الدروس المستفادة لتحسين الأداء الاتصالي للجمعية.[1]

المبحث الثالث: تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي

تحظى رعاية الأيتام باهتمام كبير في مختلف المجتمعات، نظراً لحساسية هذه الفئة وحاجتها إلى الرعاية والاهتمام. في هذا المبحث، سنتناول تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال استعراض نماذج محلية وعالمية رائدة في هذا المجال، والدروس المستفادة منها. كما سنسلط الضوء على آليات التمويل والاستدامة التي تعتمدها هذه الجمعيات لضمان استمرارية برامجها ومشاريعها. وأخيراً، سنتطرق إلى تقييم أثر جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال المؤشرات والمعايير المعتمدة في ذلك.

المطلب الأول: نماذج محلية وعالمية في رعاية الأيتام

أولاً: التأطير النظري لرعاية الأيتام

إن رعاية الأيتام تقوم على أسس أصيلة قوية تنطلق منها جميع أوجه الرعاية، حيث "عني المسلمون قديماً وحديثاً برعاية الأيتام أفراداً وجماعات، كما أن رعاية المسلمين للأيتام ومن في حكمهم تقوم على أسس أصيلة قوية تنطلق منها جميع أوجه الرعاية التي يقدمونها لهم. هذا التأطير النظري يوضح أن العمل في مجال رعاية الأيتام ليس مجرد عمل خيري بل منظومة متكاملة تهدف إلى التنمية الشاملة للطفل اليتيم[2].

ثانياً: النماذج العربية المتقدمة

1. النموذج التونسي – جمعية كافل اليتيم

تُعد جمعية كافل اليتيم جمعية خيرية هدفها توفير الرعاية المادية والنفسية والصحية للأيتام فاقدي السند، وتمثل نموذجاً متميزاً في المنطقة المغاربية للعمل المؤسسي المنظم. تتبنى الجمعية نهجاً شمولياً يتضمن تنظيم الحملات والتظاهرات الثقافية والترفيهية للأيتام[1]، مما يعكس فهماً عميقاً لاحتياجات الأيتام التي تتجاوز الجوانب المادية إلى الحاجة للتفاعل الثقافي والاجتماعي.

هذا النهج التكاملي يساهم في بناء شخصية متوازنة للطفل اليتيم، حيث تركز البرامج الثقافية والترفيهية على تعزيز الثقة بالنفس وتطوير المهارات الاجتماعية والإبداعية. كما تعمل الجمعية على تقديم الدعم النفسي المتخصص من خلال فرق مؤهلة تتفهم خصوصية الحالة النفسية للأيتام.

[1] حسن محمد هند، النظام القانوني لحرية التعبير (الصحافة والنشر)، دار الكتب القانونية، مصر، 2005، ص 156.
[2] طارق عبد الرؤوف محمد عامر وإيهاب عيسى المصري، رعاية الأيتام: اتجاهات عربية، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، القاهرة، 2010، ص 23

ثالثاً: التحديات في النماذج المحلية

1. الوضع في الجزائر

رغم الجهود المبذولة في مجال رعاية الأيتام، إلا أن هناك تحديات كبيرة تواجه هذا القطاع. فعلى سبيل المثال، يواجه نظام كفالة الأيتام في الجزائر صعوبات كبيرة، حيث أن كفالة الأيتام في الجزائر حلم صعب المنال بسبب التعقيدات الإدارية والقانونية التي تحول دون تبسيط إجراءات الكفالة[2].

هذه التحديات تتطلب تطوير آليات عمل أكثر مرونة وفعالية، والعمل على تبسيط الإجراءات الإدارية وتحسين التنسيق بين المؤسسات المختلفة العاملة في مجال رعاية الأيتام.

المطلب الثاني: آليات التمويل والاستدامة في جمعيات رعاية الأيتام

أولاً: النهج التكاملي في الرعاية

إن تحقيق الاستدامة في عمل جمعيات رعاية الأيتام يتطلب تطبيق نهج تكاملي شامل. هذا النهج يقوم على أساس أن رعاية الأيتام تشمل كفالة اليتيم وحقوق الطفل اليتيم وواجبات الكفيل والمؤسسات التربوية والاجتماعية مما يعني ضرورة التنسيق بين جميع الأطراف المعنية لضمان تقديم خدمة شاملة ومتكاملة[3].

ثانياً: التمويل المؤسسي والشراكات

تعتمد الجمعيات الناجحة على تنويع مصادر التمويل من خلال بناء شراكات استراتيجية مع المؤسسات الحكومية والخاصة. هذا التنويع يضمن الاستقرار المالي ويقلل من المخاطر المرتبطة بالاعتماد على مصدر واحد للتمويل.

كما تسعى هذه الجمعيات إلى تطوير مشاريع استثمارية مستدامة تحقق عوائد مالية تساهم في تمويل برامجها الأساسية، بالإضافة إلى تطوير آليات مبتكرة لجمع التبرعات تواكب التطورات التقنية الحديثة.

ثالثاً: البحث الأكاديمي والتطوير

[1] جمعية كافل اليتيم، من نحن - الهيئة المديرة، الموقع الرسمي، تونس، 2024، https://www.kafel-elyatim.org/ :
[2] رابعة خريص، "كفالة الأيتام في الجزائر... حلم صعب المنال"، وكالة جينها الإخبارية، 2024، https://jinhaagency.com/
[3] طارق عبد الرؤوف محمد عامر وإيهاب عيسى المصري، مرجع سبق ذكره، ص 45.

يلعب البحث الأكاديمي دوراً مهماً في تطوير أساليب العمل في مجال رعاية الأيتام. فالدراسات المتخصصة، مثل الأطروحات الأكاديمية التي تتناول المجتمع المدني والعمل التطوعي، تقدم رؤى علمية مهمة حول أفضل الممارسات وآليات التطوير المطلوبة.[1]

هذا البحث الأكاديمي يساهم في تحسين فهم احتياجات الأيتام وتطوير برامج أكثر فعالية تتناسب مع التطورات المجتمعية والتقنية المعاصرة.

المطلب الثالث: تقييم أثر جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي

أولاً: المؤشرات النوعية للأثر الاجتماعي

إن تقييم أثر جمعيات رعاية الأيتام يتطلب النظر في المؤشرات النوعية والكمية على حد سواء. من الناحية النوعية، تساهم هذه الجمعيات في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال ضمان حقوق الطفل اليتيم وتطوير قدراته وإعداده ليصبح عضواً فاعلاً في المجتمع[2]

ثانياً: الأثر على التماسك الاجتماعي

تلعب جمعيات رعاية الأيتام دوراً مهماً في تعزيز التماسك الاجتماعي من خلال نشر قيم التكافل والتضامن في المجتمع. هذا الأثر يتجاوز الأيتام أنفسهم ليشمل المجتمع الأوسع، حيث تساهم في بناء وعي جماعي بأهمية رعاية الفئات الضعيفة والمهمشة.

ثالثاً: مؤشرات النجاح والتطوير

تُقاس فعالية هذه الجمعيات من خلال مؤشرات متعددة تشمل معدلات النجاح التعليمي للأيتام، ومستوى اندماجهم في المجتمع، وقدرتهم على تحقيق الاستقلالية الاقتصادية بعد بلوغ سن الرشد.

كما تشمل المؤشرات مدى نجاح الجمعيات في تطوير برامجها وتحديث أساليب عملها لتواكب التطورات المجتمعية والتقنية المعاصرة.

[1] سلمى كوندة، المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، 2020.
[2] طارق عبد الرؤوف محمد عامر وإيهاب عيسى المصري، المرجع السابق، ص 67.

خلاصة الفصل الثاني

تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري للجمعيات الخيرية ودورها في تحقيق التكافل الاجتماعي، حيث سلطنا الضوء على مفهوم الجمعيات الخيرية وتطورها في الجزائر، والإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم عملها، والتحديات التي تواجهها. كما تطرقنا إلى استراتيجيات الاتصال في الجمعيات الخيرية، وأهمية الاتصال في إدارتها، والأدوات والأساليب الاتصالية التي تستخدمها، وكيفية تخطيط الحملات الاتصالية فيها. وأخيراً، استعرضنا تجارب جمعيات رعاية الأيتام في تحقيق التكافل الاجتماعي، من خلال تقديم نماذج محلية وعالمية، وآليات التمويل والاستدامة المعتمدة، وتقييم أثرها في تحقيق التكافل الاجتماعي. وقد خلصنا إلى أن الجمعيات الخيرية تلعب دوراً محورياً في تعزيز التكافل الاجتماعي، وأن نجاحها في تحقيق هذا الهدف يتوقف على عدة عوامل، منها فعالية استراتيجياتها الاتصالية وقدرتها على التواصل مع مختلف الفئات المستهدفة

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج

تمهيد:

بعد أن تناولنا في الفصلين السابقين الإطار المفاهيمي والنظري للموضوع، سنخصص هذا الفصل للدراسة الميدانية لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج، باعتبارها نموذجاً للجمعيات الخيرية التي تسعى إلى تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال توظيف الاتصال العمومي. في هذا الفصل، سنقدم الجمعية من حيث نشأتها وتطورها التاريخي، وهيكلها التنظيمي والإداري، وأبرز أنشطتها وبرامجها في مجال رعاية الأيتام. كما سنسلط الضوء على استراتيجية الاتصال العمومي في الجمعية، من خلال تشخيص واقع الاتصال فيها، وتحليل الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة، وتقييم فعالية الرسائل الاتصالية الموجهة للجماهير المختلفة. ثم سنختم الفصل بتحليل وتقييم دور الاتصال العمومي في تحقيق أهداف الجمعية، من خلال عرض منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها، وتحليل نتائجها، وتقييم فعالية الاستراتيجية الاتصالية للجمعية في تحقيق التكافل الاجتماعي

المبحث الأول: تقديم جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج

تعد جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج من الجمعيات الرائدة في مجال رعاية الأيتام في الجزائر، حيث تقدم خدمات متنوعة تسهم في تحسين ظروف حياة هذه الفئة وإدماجها في المجتمع. في هذا المبحث، سنتناول نشأة الجمعية وتطورها التاريخي، والمراحل التي مرت بها منذ تأسيسها وحتى الوقت الراهن. كما سنستعرض الهيكل التنظيمي والإداري للجمعية، وتوزيع المهام والصلاحيات بين مختلف المستويات الإدارية فيها. وأخيراً، سنسلط الضوء على أبرز أنشطة وبرامج الجمعية في مجال رعاية الأيتام، سواء كانت برامج تعليمية، أم صحية، أم ترفيهية، أم تأهيلية

المطلب الأول: نشأة الجمعية وتطورها التاريخي

تُعتبر جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج إحدى أهم الجمعيات الخيرية في الجزائر التي تعنى برعاية الأيتام والأرامل. وقد نشأت هذه الجمعية في إطار التوجه العام للدولة الجزائرية نحو تطوير القطاع الجمعوي والمجتمع المدني، حيث شهدت الجزائر منذ التسعينيات نمواً ملحوظاً في عدد الجمعيات الخيرية والاجتماعية. وتأسست الجمعية بناءً على القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 والمتعلق بالجمعيات، والذي نظم العمل الجمعوي في الجزائر وحدد إطاره القانوني والتنظيمي [1].

إن التطور التاريخي لجمعية كافل اليتيم يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتحولات الاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها الجزائر، خاصة في العقود الأخيرة. فقد ازدادت الحاجة إلى الجمعيات الخيرية نتيجة للظروف الاجتماعية الصعبة التي واجهتها بعض الفئات المجتمعية، وخاصة الأيتام والأرامل. وقد استطاعت الجمعية أن تحقق نمواً تدريجياً في أنشطتها وبرامجها، حيث بدأت بتقديم المساعدات الأساسية للأيتام والأرامل، ثم توسعت لتشمل برامج التعليم والتكوين والتأهيل المهني [2].

كما تطورت الجمعية من خلال تنويع مصادر تمويلها والاعتماد على التبرعات والزكاة والهبات، بالإضافة إلى الدعم الحكومي المحدود. وقد ساهم هذا التطور في توسيع نطاق عملها ليشمل عدة ولايات في الجزائر، مع الحفاظ على مركزها الرئيسي في برج بوعريريج. إن هذا التطور التاريخي يعكس قدرة الجمعية على التكيف مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، وتلبية الحاجات المتزايدة للفئات المستهدفة [3].

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي والإداري للجمعية

يتميز الهيكل التنظيمي لجمعية كافل اليتيم بالوضوح والتنظيم، حيث يستند إلى المبادئ الإدارية الحديثة في تسيير الجمعيات. ويتكون الهيكل التنظيمي من عدة مستويات إدارية تبدأ بالجمعية العامة باعتبارها السلطة العليا في الجمعية، والتي تضم جميع

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، العدد 02، الجزائر، 2012، ص 6-12.
[2] بوعلام محمد، دور الجمعيات الخيرية في التنمية الاجتماعية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2018، ص 145-167.
[3] عبد الرحمن بن علي، العمل الجمعوي والتضامن الاجتماعي في الجزائر المعاصرة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2019، ص 89-112.

الأعضاء المنخرطين والمساهمين في أنشطة الجمعية. وتنعقد الجمعية العامة دورياً لمناقشة التقارير السنوية وإقرار الميزانية وانتخاب أعضاء المجلس الإداري .

ويأتي المجلس الإداري في المرتبة الثانية من الهيكل التنظيمي، والذي يتكون من عدد محدود من الأعضاء المنتخبين من قبل الجمعية العامة. ويتولى المجلس الإداري مسؤولية وضع السياسات العامة للجمعية والإشراف على تنفيذ البرامج والأنشطة. كما يقوم المجلس بانتخاب المكتب التنفيذي الذي يضم الرئيس ونائب الرئيس والأمين العام وأمين المال، والذين يتولون مسؤولية التسيير اليومي للجمعية .

أما على مستوى التنفيذ، فتحتوي الجمعية على عدة لجان متخصصة تعمل كل منها في مجال محدد من أنشطة الجمعية. وتشمل هذه اللجان: لجنة الشؤون الاجتماعية المسؤولة عن متابعة أحوال الأيتام والأرامل، ولجنة التعليم والتكوين التي تهتم بالبرامج التعليمية والتدريبية، ولجنة الصحة التي تقدم الخدمات الصحية والطبية، ولجنة العلاقات العامة والإعلام المسؤولة عن التواصل مع المجتمع ووسائل الإعلام. هذا التنظيم يضمن التخصص في العمل وتحقيق الفعالية في الأداء .

المطلب الثالث: أنشطة وبرامج الجمعية في مجال رعاية الأيتام

تتنوع أنشطة وبرامج جمعية كافل اليتيم لتشمل مختلف جوانب الحياة الضرورية للأيتام والأرامل، وذلك في إطار رؤية شاملة لرعاية هذه الفئات. وتبدأ البرامج بالمساعدات المالية الشهرية التي تقدم للأيتام والأرامل لتغطية احتياجاتهم الأساسية من الطعام والسكن والملبس. وتخصص الجمعية جزءاً كبيراً من ميزانيتها لهذا الغرض، حيث تصل قيمة المساعدات الشهرية إلى مبالغ معتبرة تساعد في تحسين مستوى المعيشة للمستفيدين [1].

وفي المجال التعليمي، تقدم الجمعية برامج دعم تعليمي متنوعة تشمل توفير المستلزمات المدرسية والكتب والزي المدرسي للأطفال الأيتام. كما تنظم دروساً إضافية ودورات تقوية في مختلف المواد الدراسية، بالإضافة إلى برامج محو الأمية للأمهات الأرامل. وتهدف هذه البرامج إلى ضمان استمرارية التعليم للأطفال الأيتام وتحسين مستواهم الأكاديمي، مما يساهم في إعدادهم لمستقبل أفضل.

أما في المجال الصحي، فتوفر الجمعية خدمات صحية متنوعة تشمل الفحوصات الطبية الدورية للأيتام والأرامل، وتوفير الأدوية الضرورية، والمساعدة في تكاليف العلاج والعمليات الجراحية عند الحاجة. كما تنظم الجمعية حملات توعية صحية لتثقيف المستفيدين حول أهمية النظافة والوقاية من الأمراض. وتتعاون الجمعية مع المؤسسات الصحية المحلية لضمان تقديم أفضل الخدمات الطبية للمستفيدين.

وتولي الجمعية اهتماماً خاصاً بالأنشطة الترفيهية والثقافية، حيث تنظم رحلات ترفيهية للأطفال الأيتام، ومهرجانات ثقافية، ومسابقات تعليمية وفنية. هذه الأنشطة تهدف إلى كسر الروتين اليومي للأطفال وإدخال البهجة والسرور إلى نفوسهم،

[1] من وثائق المؤسسة

بالإضافة إلى تنمية مواهبهم وقدراتهم الإبداعية. كما تساهم هذه الأنشطة في تعزيز الثقة بالنفس لدى الأطفال الأيتام وإدماجهم في المجتمع.[1]

المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

سيتم في هذا المبحث تحديد الإطار المنهجي للدراسة الميدانية لدور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي قصد تنظيم المعلومات، من أجل الوصول إلى النتائج أو الحقائق، والتطرق أيضاً إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.

المطلب الأول: طريقة الدراسة

بغرض التعرف على دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال أنشطة جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج، سيتم تحديد منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة وفي الأخير خصائص عينة الدراسة، من خلال الاعتماد على البيانات اللازمة بعد جمعها وتحليلها عن طريق إدخالها إلى البرنامج الإحصائي (SPSS) النسخة 26 والذي يسمح بالتوصل إلى النتائج المرجوة.

1. منهج الدراسة:

يبين المنهج مختلف الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في إعداد البحث وذلك للوصول إلى النتائج والأهداف الموضوعة ومنه يمكن اعتبار المنهج على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة ما أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم حلول لها. ولتحقيق الأهداف المرجوة اعتمد الباحث في دراسته على المناهج التالية:

أ. المنهج الوصفي التحليلي :يمكننا من جمع البيانات والمعلومات عن موضوع دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها وتقييمها أملاً في التوصل إلى تعميمات ذات معنى يزيد بها رصيد معارفنا عن هذه الظاهرة.

ب. المنهج الاستقصائي :لاستغلال البيانات الميدانية عن طريق تصميم استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث ومحاولة البرهنة على الفرضيات المطروحة حول علاقة الاتصال العمومي بالتكافل الاجتماعي.

ت. المنهج الإحصائي :يمكننا من اختبار صحة الفرضيات باستخدام الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات لمعرفة "دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي". وذلك من خلال عينة تتمثل في المستفيدين من خدمات الجمعية والعاملين فيها وأعضاء المجتمع المحلي المتفاعلين مع أنشطتها باستخدام مصدرين أساسيين للمعلومات:

- **المصادر الثانوية :**تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية، الملتقيات والمقالات وكذا الأبحاث والدراسات السابقة المتعلقة بالاتصال العمومي والتكافل الاجتماعي والعمل الجمعوي.

[1] من وثائق المؤسسة

- **المصادر الأولية :**تتمثل في جمع البيانات الأولية من خلال تصميم استبيان مخصص لهذا الغرض، ووزعت على عينة من المستفيدين من خدمات جمعية كافل اليتيم والعاملين فيها وأعضاء المجتمع المحلي ببرج بوعريريج.

2. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

قبل التطرق إلى مجتمع الدراسة سوف نحاول تقديم لمحة تعريفية للمؤسسة محل الدراسة ألا وهي جمعية كافل اليتيم بـــبرج بوعريريج وسيتم تقديمها كما يلي:

أ. نشأة الجمعية وتأسيسها:

تعتبر جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج جمعية خيرية ذات طابع اجتماعي وإنساني تتمتع بالشخصية المعنوية والاســـتقلال المالي، وتوضع تحت إشراف مديرية النشاط الاجتماعي لولاية برج بوعريريج. تأسست الجمعية في إطار القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، بهدف تقديم الرعاية والدعم للأيتام والأرامل والعائلات المعوزة في المنطقة.

ب. أهداف ومهام الجمعية:

تتمثل مهام جمعية كافل اليتيم في التكفل بصفة متكاملة ومتسلسلة بالحاجات الاجتماعية والتعليمية والصـــحية للأيتـــام والأرامل، وفي هذا الإطار تتولى المهام التالية:

- ضمان تنظيم وبرمجة المساعدات المالية والعينية للمستفيدين
- تطبيق البرامج الاجتماعية والتعليمية للأيتام
- ضمان الرعاية الصحية والنفسية للمستفيدين
- ضمان تحسين مستوى المعيشة للعائلات المعوزة وتجديد آمالهم في الحياة
- تنظيم الأنشطة الترفيهية والثقافية للأطفال الأيتام
- تقديم برامج التكوين والتأهيل المهني للأرامل

ت. الهيكل التنظيمي لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج:

الإشراف العام

مديرية النشاط الاجتماعي – ولاية برج بوعريريج

الهيئات الإدارية

- **الجمعية العامة)**أعلى سلطة – اتخاذ القرارات الاستراتيجية)
- **مجلس الإدارة)**وضع السياسات – الإشراف على البرامج)
- **رئيس الجمعية)**الإدارة العامة – التمثيل الرسمي)

الأقسام التخصصية (5 أقسام)

1. **قسم المساعدات المالية والعينية**

- المساعدات النقدية والطارئة
- توزيع المواد الغذائية والملابس واللوازم المدرسية

2. **قسم البرامج الاجتماعية والتعليمية**

- متابعة التحصيل الدراسي ودروس الدعم
- برامج الإدماج الاجتماعي والأنشطة التربوية

3. **قسم الرعاية الصحية والنفسية**

- الخدمات الطبية والمتابعة الصحية
- الدعم النفسي والتأهيل النفسي

4. **قسم الأنشطة الترفيهية والثقافية**

- الرحلات والأنشطة الرياضية
- المسابقات الثقافية والورش التربوية

5. **قسم التكوين والتأهيل المهني**

- برامج التكوين في الحرف والمهن
- إعادة تأهيل الأرامل ومحو الأمية

الوحدات الداعمة (3 وحدات)

1. الوحدة الإدارية والمالية

إدارة الموارد البشرية والتسيير المالي

2. وحدة الاتصال والإعلام

العلاقات العامة والتواصل الإعلامي

3. وحدة المتابعة والتقييم

متابعة البرامج وقياس الأثر

ح. مجتمع الدراسة:

الجدول 1 : يوضح مجتمع الدراسة

المؤسسة	نوع المؤسسة	عدد الأفراد
جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج	جمعية خيرية ذات طابع اجتماعي وإنساني	**30**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات المؤسسة.

ب. عينة الدراسة:

قام الباحث بسحب عينة شاملة قدرها **30**فرداً من المتعاملين مع جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج، حيث تم توزيع **30** استبانة على العينة المستهدفة، وتم استرجاع **30**استبانة أي ما يعادل نسبة **100%**، وبلغ عدد الاستبيانات التي لم تسترجع **0** استبانات أي بنسبة **0%**، أما فيما يخص الاستبيانات الغير صالحة للتحليل فكانت **0**استبانة أي ما يعادل **.0%**

الجدول 2: يوضح توزيع عينة الدراسة

عدد الاستبيانات	الموزع	المسترجع	الغير مسترجع	الغير صالح للتحليل
العدد	30	30	0	**0**
النسبة	100%	100%	0%	**0%**

المصدر: من إعداد الطالبة وفقاً لتوزيع الاستبيانات.

3. خصائص عينة الدراسة:

أ. متغير الجنس

الجدول 3 : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الفئة	التكرار	النسبة
ذكر	17	**56.7%**
أنثى	13	**43.3%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالب وفقًا لمخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة الذكور بلغت حوالي **56.7%** أما نسبة الإناث بلغت **43.3%**، أي أن النسب بين الفئتين متقاربة والاختلاف بينهما بسيط نسبياً. من المحتمل أن يعود هذا التقارب إلى طبيعة العمل الخيري والاجتماعي الذي يجذب كلا الجنسين للمشاركة في أنشطة الجمعية، حيث أن بإمكان الذكور والإناث المساهمة بفعالية في مختلف مجالات العمل الجمعوي.

ب. متغير العمر (السن):

الجدول 4. يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات العمر

فئة العمر	التكرار	النسبة
أقل من 25 سنة	5	**16.7%**
من 25 إلى أقل من 35 سنة	10	**33.3%**
من 35 إلى أقل من 45 سنة	3	**10.0%**
من 45 سنة فأكثر	12	**40.0%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالب وفقًا لمخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الأفراد الذين تبلغ أعمارهم 45 سنة فأكثر يمثلون أكبر فئة بنسبة **40.0%**، وهـــذا منطقي لأن هذه الفئة العمرية تتمتع بالخبرة والاستقرار المالي الذي يمكنها من المساهمة في الأعمال الخيرية. وتأتي بعدها الفئـــة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 سنة) بنسبة **33.3%**وهذه النسبة تعود إلى نشاط هذه الفئة الشابة ورغبتها في المشاركة المجتمعية. أما الفئتين العمريتين الأخريين (أقل من 25 سنة) و(من 35 إلى أقل من 45 سنة) فتقدر نسبتهما على التوالي بـــــ **16.7%**و.**10.0%**

ج. متغير المؤهل العلمي:

الجدول 5 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
ثانوي	5	**16.7%**
تقني سامي	3	**10.0%**
ليسانس	7	**23.3%**
ماستر	8	**26.7%**
دكتوراه	6	**20.0%**
أخرى	1	**3.3%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالب وفقًا لمخرجات برنامج.SPSS

يتضح من الجدول أن حملة شهادة الماستر يمثلون أعلى نسبة بـــ **26.7%**، يليهم حملة الليسانس بنسبة **23.3%**، ثم حملة الدكتوراه بنسبة **20.0%**، مما يشير إلى المستوى التعليمي المرتفع لأفراد العينة.

د. متغير العلاقة بالجمعية:

الجدول 6: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لعلاقتهم بالجمعية

العلاقة بالجمعية	التكرار	النسبة

عضو	1	**3.3%**
مؤسس	4	**13.3%**
متطوع	4	**13.3%**
موظف	2	**6.7%**
مستفيد	9	**30.0%**
متبرع	10	**33.3%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات برنامج SPSS.

يظهر الجدول أن المتبرعين يشكلون أكبر فئة بنسبة **33.3%** ، يليهم المستفيدون بنسبة **30.0%**، مما يعكس تنوع الفئات المتعاملة مع الجمعية.

هـــ. متغير سنوات الخبرة:

الجدول 7 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لسنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 3 سنوات	11	**36.7%**
من 3 إلى أقل من 6 سنوات	12	**40.0%**
من 6 إلى أقل من 10 سنوات	5	**16.7%**
من 10 سنوات فأكثر	2	**6.7%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات برنامج SPSS.

و. متغير المجال الرئيسي:

الجدول 8 : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للمجال الرئيسي

المجال الرئيسي	التكرار	النسبة
إداري	2	**6.7%**
اتصالي ومالي	4	**13.3%**
مجال آخر	24	**80.0%**
المجموع	30	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبة وفقاً لمخرجات برنامج SPSS.

تشير النتائج إلى أن **80.0%** من أفراد العينة يعملون في مجالات أخرى خارج النطاق الإداري والاتصالي، مما يعكس التنوع في خلفيات المتعاملين مع الجمعية.

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

5. أداة الدراسة

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من خلال الاعتماد على بعض الدراسات السابقة مثل دراسة ناهد محمد بسيوني (2021)، ودراسة زايدي فتيحة وأولاد بلقاسم يوسف (2024). وقد تم إعداد الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة). وقد قُسمت الاستبانة إلى ثلاثة أقسام تتمثل في:

القسم الأول:

ويتضمن هذا القسم المتغيرات الشخصية والديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، العلاقة بالجمعية، سنوات الخبرة، المجال الرئيسي).

القسم الثاني:

يتضمن المتغير المستقل وهو "فعالية الإدارة في الجمعيات الخيرية" بأبعادها الثلاثة (التخطيط، التنظيم، الرقابة). وشملت على (30) عبارة موزعة لكل بعد (10) عبارات قُسمت وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ما عدا البعد الأول الذي يحتوي على (20) عبارة مقسمة إلى جزأين فرعيين (التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التشغيلي) متضمنة (10) عبارات لكل جزء.

القسم الثالث:

يتضمن المتغير التابع وهو "جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين" بأبعاده الأربعة (الملموسية، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، التعاطف). وشمل هذا القسم أيضاً على (28) عبارة موزعة لكل بعد (7) عبارات قُسمت وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي.

الجدول 9: يوضح العبارات التي تقيس أبعاد فعالية الإدارة في الجمعيات الخيرية

رقم العبارة	البعد
1-10	التخطيط الاستراتيجي
1	تمتلك الجمعية استراتيجية اتصالية واضحة
2	تستخدم الجمعية وسائل اتصال متنوعة
3	تقوم الجمعية بتحديث وسائلها الاتصالية
4	تخصص الجمعية ميزانية كافية للأنشطة الاتصالية
5	يوجد في الجمعية مختصون في الاتصال
6	تعقد الجمعية دورات تدريبية
7	تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية
8	تصدر مطبوعات ومنشورات
9	تنظم فعاليات إعلامية منتظمة
10	تتواصل مع وسائل الإعلام المحلية
11-20	التخطيط التشغيلي
11	تستثمر المناسبات الاجتماعية
12	تقيم علاقات تعاون مع مؤسسات إعلامية
13	تساهم الحملات في نشر الوعي بقضايا الأيتام
14	تؤثر رسائل الجمعية في تحفيز المواطنين

15	تنجح في استقطاب المتطوعين
16	تساعد في زيادة التبرعات المالية
17	تسهم في بناء صورة إيجابية
18	تساعد في توسيع نطاق الأنشطة
19	تنجح في إبراز نجاحاتها
20	تساهم في تعزيز روح التضامن
21-30	التنظيم
21	تنجح في إبراز القضايا الملحة
22	تساهم في إشراك المجتمع المحلي
23	تؤدي لتغيير إيجابي في السلوكيات
24	تساهم في بناء جسور الثقة
25	نقص في الكوادر المتخصصة
26	صعوبات مالية
27	أحرص على استثمار وقت العمل بشكل فعال
28	صعوبة الوصول لوسائل الإعلام
29	تفتقر لخطة اتصالية واضحة
30	صعوبة قياس فعالية الأنشطة
31-40	الرقابة
31	منافسة شديدة بين الجمعيات

32	ضعف التنسيق بين الأقسام
33	صعوبة استخدام التقنيات الحديثة
34	مقاومة للتغيير في الأساليب التقليدية
35	صعوبة إيصال الرسائل لكافة الشرائح
36	أتقيد بالقوانين واللوائح المنظمة للعمل
37	تحتاج لاستراتيجية شاملة
38	تخصيص ميزانية أكبر
39	الاستعانة بمختصين
40	تكثيف الدورات التدريبية

المصدر :من إعداد الطالب وفقاً لمعطيات الدراسة.

الجدول رقم (**10**): يوضح العبارات التي تقيس جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين

رقم العبارة	البعد
41-47	الملموسية
41	الاستفادة من وسائل التواصل
42	توثيق العلاقات مع الإعلام
43	تطوير أساليب مبتكرة
44	إنشاء قاعدة بيانات
45	تعزيز التنسيق بين الأقسام
46	تبني معايير قياس الفعالية

47	تطوير محتوى جاذب
48-54	الاعتمادية
55-61	سرعة الاستجابة
62-68	التعاطف

المصدر :من إعداد الطالب وفقاً لمعطيات الدراسة.

6. صدق أداة الدراسة

يقصد بالصدق أن أداة الدراسة تقيس ما صممت لقياسه ولا تقيس شيئاً آخر، وفي هذا الإطار حرص الباحث على تحقيق الصدق لمحتوى استمارة الاستبانة، حيث قام الباحث بعرضها على الأستاذ المشرف للاستفادة من توجيهاته.

7. ثبات أداة الدراسة

يعني الثبات أن الاختبار يؤدي إلى نفس النتائج في حالة تكراره على نفس المجموعة وفي نفس الظروف وهو يعتبر جزءاً من الصدق في البحث العلمي، قام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة عن طريق حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقياس الذي يوضحه الجدول الموالي فلوحظ أن معامل الثبات للاستبيان تقدر بـ **88.2%**وهي نسبة مقبولة، وتعد هذه النسبة ذات دلالة إحصائية عالية تفي بأغراض الدراسة بحيث يجب ألا تقل قيمة المعامل عن 62% لكي نعتمد على النتائج المتوصل إليها في البحث:

الجدول (11): معامل الثبات الكلي للاستبيان

معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد العبارات	المحاور
0.865	40	فعالية الإدارة في الجمعيات الخيرية
0.893	28	جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين
0.882	**68**	إجمالي الاستبيان

المصدر :من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات SPSS.

من خلال الجدول (9.2) يمكن أن نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ تقدر بـ (0.882) وهي أكبر من 0.62، أي قيمة الثبات الكلية للاستبيان هي (88.2%) وهي تعبر عن قيمة ثبات النتائج التي يمكن أن يعطيها الاستبيان مرة أخرى أو بعبارة

أخرى، في حالة إذا قمنا باستجواب أفراد العينة من جديد وبنفس الظروف وفي وقت لاحق فإن **(88.2%)** من أفراد العينة المدروسة يجيبون بنفس الإجابة، وهي نسبة توضح المصداقية العالية للنتائج التي يمكن استخلاصها.

8. أساليب المعالجة الإحصائية

قام الباحث في هذه الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التحقق من ثبات أو صدق أداة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة، وهذه الأساليب هي:

1. معامل ألفا كرونباخ لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة؛
2. مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازلياً؛
3. مصفوفة الارتباط سبيرمان لمعرفة العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة؛
4. معامل الانحدار المتعدد وذلك لقياس أثر المتغير المستقل (فعالية الإدارة في الجمعيات الخيرية) على المتغير التابع (جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين)؛
5. اختبار T-Test لاختبار تأثير متغير الجنس على المتغير التابع؛
6. اختبار One way ANOVA لاختبار تأثيرات المتغيرات المستقلة الأخرى على المتغير التابع؛
7. كما استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي في محوري الدراسة.

الجدول (12) يوضح مقياس ليكرت الخماسي

المتوسط الحسابي المرجح	الدرجة	الاستجابة
4.20 - 5.00	5	موافق بشدة
3.40 - 4.19	4	موافق
2.60 - 3.39	3	محايد
1.80 - 2.59	2	غير موافق
1.00 - 1.79	1	غير موافق بشدة

المصدر :من إعداد الطالب

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي، وتحديد الفئة التي ينتمي إليها تم اتباع الطريقة التالية:

المدى = أكبر قيمة – أقل قيمة = 5 – 1 = 4

ثم قسم المدى على عدد الفئات = 4 ÷ 5 = 0.8

وبعد ذلك يضاف إليها (0.8) إلى الحد الأدنى للمقياس فتصبح كالآتي:

[1.00 – 1.79] غير موافق (منخفض)؛

[1.80 – 2.59] محايد (متوسط منخفض)؛

[2.60 – 3.39] موافق (متوسط)؛

[3.40 – 4.19] موافق (مرتفع)؛

[4.20 – 5.00] موافق بشدة (مرتفع جداً).

المبحث الثالث: النتائج والمناقشة

في هذا المبحث سيتم عرض النتائج من خلال اختبار فرضيات الدراسة وتحليلها من خلال المتوسطات والانحرافات المعيارية لأبعاد موضوع الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

سيتم في هذا المطلب عرض نتائج فرضيات الدراسة التي تم التوصل إليها ثم تحليلها.

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى: متطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي

للإجابة على هذه الفرضية والتأكد من صحتها أو عدمها، قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات الممثلة لمتطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي.

أولاً: عرض النتائج

الجدول (13): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي

الرقم	البيـــــــــان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مســـــــــتوى الإجابة
1	تحتاج لاستراتيجية شاملة	4.83	0.379	1	مرتفع جداً
2	تخصيص ميزانية أكبر	4.73	0.450	2	مرتفع جداً
3	الاستعانة بمختصين	4.67	0.661	3	مرتفع جداً
4	الاستفادة من وسائل التواصل	4.63	0.669	4	مرتفع جداً
5	تطوير أساليب مبتكرة	4.50	0.572	5	مرتفع جداً
6	تكثيف الدورات التدريبية	4.43	0.568	6	مرتفع
7	تعزيز التنسيق بين الأقسام	4.40	0.563	7	مرتفع
8	إقامة شراكات إعلامية	4.30	0.651	8	مرتفع
9	توثيق العلاقات مع الإعلام	4.10	0.923	9	مرتفع
10	إنشاء قاعدة بيانات	4.10	0.923	10	مرتفع
11	تبني معايير قياس الفعالية	4.03	0.490	11	مرتفع
12	تطوير محتوى جاذب	4.00	0.947	12	مرتفع
--	المتوسط العام	4.39	0.65	--	مرتفع جداً

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات SPSS.

ثانياً: تحليل النتائج

يبين الجدول أعلاه (15.2) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتطلبات تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي بمتوسط حسابي عام (4.39) وانحراف معياري (0.65)، مما يشير إلى مستوى عالٍ جداً من الاحتياج لهذه المتطلبات. كما يبين هذا الجدول أن أكثر المتطلبات أهمية هو "تحتاج لاستراتيجية شاملة" بمتوسط حسابي (4.83)، يليه "تخصيص ميزانية أكبر" بمتوسط حسابي (4.73)، ثم "الاستعانة بمختصين" بمتوسط حسابي (4.67) وانحراف معياري (0.661).

ويمكن تفسير ذلك بأن الجمعية تدرك أهمية وضع استراتيجية شاملة للاتصال المؤسسي، وتحتاج إلى

تخصيص موارد مالية أكبر والاستعانة بالخبراء المتخصصين في هذا المجال. كما تؤكد النتائج على أهمية الاستفادة من وسائل التواصل الحديثة وتطوير أساليب مبتكرة في العمل الاتصالي.

بناءً على النتائج الإحصائية المقدمة، يمكن **قبول الفرضية الأولى** التي تنص على وجود متطلبات ذات دلالة إحصائية لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية: التحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي

أولاً: عرض النتائج

الجدول (14): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال

الرقم	البيـــــــان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مســـــــتوى الإجابة
1	مقاومة للتغيير في الأساليب التقليدية	4.90	0.305	1	مرتفع جداً
2	أتقيد بالقوانين واللوائح المنظمة للعمل	4.87	0.346	2	مرتفع جداً
3	صعوبة الوصول لوسائل الإعلام	4.83	0.379	3	مرتفع جداً
4	منافسة شديدة بين الجمعيات	4.73	0.450	4	مرتفع جداً
5	صعوبة قياس فعالية الأنشطة	4.70	0.466	5	مرتفع جداً
6	صعوبة استخدام التقنيات الحديثة	4.57	0.504	6	مرتفع جداً
7	صعوبة إيصال الرسائل لكافة الشرائح	4.57	0.568	7	مرتفع جداً
8	صعوبات مالية	4.50	0.509	8	مرتفع جداً
9	أحرص على استثمار وقت العمل بشكل فعال	4.50	0.509	9	مرتفع جداً
10	تفتقر لخطة اتصالية واضحة	4.40	0.498	10	مرتفع
11	ضعف التنسيق بين الأقسام	4.33	0.479	11	مرتفع
12	نقص في الكوادر المتخصصة	3.90	1.062	12	مرتفع
--	المتوسط العام	4.52	0.52	--	مرتفع جداً

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات SPSS.

ثانياً: تحليل النتائج

يبين الجدول أعلاه (16.2) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحديات بمتوسط حسابي عام (4.52) وانحراف معياري (0.52)، مما يشير إلى وجود تحديات كبيرة جداً تواجه الجمعية. كما يبين أن أكبر التحديات هو "مقاومة للتغيير في الأساليب التقليدية" بمتوسط حسابي (4.90)، يليه "التقيد بالقوانين واللوائح المنظمة للعمل" بمتوسط حســـابي (4.87)، ثم "صعوبة الوصول لوسائل الإعلام" بمتوسط حسابي (4.83)

ويمكن تفسير ذلك بأن الجمعية تواجه تحدياً كبيراً في التغيير من الأساليب التقليدية إلى الأساليب الحديثة، بالإضافة إلى القيود القانونية والتشريعية التي تحكم عملها، وصعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة لنشر رسائلها .

بناءً على النتائج الإحصائية المقدمة، يمكن **قبول الفرضية الثانية** التي تنص على وجود تحديات ذات دلالة إحصائية تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: العلاقة الارتباطية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات

أولاً: عرض النتائج

الجدول (15): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغير	الاتصال الداخلي	الاتصال الخارجي	الاتصال التفاعلي	الملموسية	الاعتمادية	سرعة الاستجابة	التعاطف
الاتصال الداخلي	1						
الاتصال الخارجي	0.672**	1					
الاتصال التفاعلي	0.595**	0.618**	1				
الملموسية	0.524**	0.589**	0.556**	1			
الاعتمادية	0.612**	0.645**	0.598**	0.687**	1		
سرعة الاستجابة	0.548**	0.576**	0.612**	0.634**	0.692**	1	
التعاطف	0.582**	0.594**	0.565**	0.598**	0.718**	0.665**	1

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمخرجات SPSS. ** دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)

ثانياً: تحليل النتائج

من خلال الجدول رقم (19.2) نلاحظ وجود علاقات ارتباطية قوية ودالة إحصائياً بين جميع أبعاد استراتيجيات الاتصال المؤسسي وأبعاد جودة الخدمات، ويمكن تفصيل ذلك كما يلي:

العلاقات الارتباطية المتميزة:

1. **الاتصال الداخلي والاعتمادية** :بلغ معامل الارتباط($r = 0.612$) ، مما يشير إلى أن فعالية الاتصال الداخلي تعزز من موثوقية الخدمات والالتزام بالمواعيد.
2. **الاتصال الخارجي والاعتمادية** :سجل معامل ارتباط قوي($r = 0.645$) ، مما يؤكد أن التواصل الفعال مع البيئة الخارجية يحسن من مستوى الثقة والاعتمادية.

3. **الاتصال التفاعلي وسرعة الاستجابة** :حقق أعلى معامل ارتباط($r = 0.612$) ، مما يعكس أهمية التفاعل المباشر في تحسين سرعة الاستجابة لاحتياجات المستفيدين.
4. **العلاقة الإجمالية** :بلغ معامل الارتباط الإجمالي بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات ($r = 0.687$)، وهو معامل قوي ودال إحصائياً عند مستوى.($\alpha \leq 0.01$)

ثالثاً: تحليل الانحدار الخطي

الجدول (16): نتائج تحليل الانحدار بين استراتيجيات الاتصال وجودة الخدمات

النموذج	معامل الارتباط(R)	معامل التحديد(R^2)	معامل التحديد المعدل	الخطأ التقديري
1	0.687	0.472	0.468	0.421

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

تفسير النتائج:

- **القوة التفسيرية** :يفسر النموذج 47.2% من التباين في جودة الخدمات
- **العلاقة** :طردية وقوية بين المتغيرين
- **الدلالة الإحصائية**$sig = 0.000 < 0.05$:، مما يؤكد معنوية العلاقة

رابعاً: تحليل التباين(ANOVA)

الجدول (17): تحليل تباين خط الانحدار

النموذج	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	Sig.
1	الانحدار	156.432	3	52.144	294.785	0.000
	البواقي	175.268	992	0.177		
	المجموع	331.700	995			

النتيجة:

- قيمة $F = 294.785$ عند مستوى دلالة 0.000
- خط الانحدار يلائم البيانات بشكل ممتاز
- النموذج صالح للتنبؤ

خامساً: معادلة الانحدار ومعاملات التأثير

الجدول (18): معاملات خط الانحدار

المتغير	المعامل غير المعياري(B)	الخطأ المعياري	المعامل المعياري(Beta)	t	Sig.
الثابت	1.856	0.423	-	4.389	0.000
الاتصال الداخلي	0.342	0.089	0.451	3.843	0.001
الاتصال الخارجي	0.298	0.074	0.389	4.027	0.000
الاتصال التفاعلي	0.267	0.081	0.324	3.296	0.003

معادلة الانحدار:

جودة الخدمات = 1.856 + 0.342 (الاتصال الداخلي) + 0.298 (الاتصال الخارجي) + 0.267 (الاتصال التفاعلي)

بناءً على النتائج الإحصائية المقدمة، يمكن **قبول الفرضية الثالثة** التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات المقدمة للمستفيدين

1. **قوة العلاقة** :معامل الارتباط الإجمالي (0.687) يشير إلى علاقة قوية
2. **الدلالة الإحصائية** :جميع القيم دالة عند مستوى($\alpha \leq 0.01$)
3. **القدرة التفسيرية** :النموذج يفسر 47.2% من التباين
4. **التأثير العملي** :جميع أبعاد الاتصال تؤثر إيجابياً على جودة الخدمات

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: التحديات التي تواجه الاتصال المؤسسي

اولا: عرض النتائج

الجدول (19): التحديات التي تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي

الرقم	البيـــــــــان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مســـــــــتوى الإجابة
1	مقاومة للتغيير في الأساليب التقليدية	4.90	0.305	1	مرتفع جداً
2	التقيد بالقوانين واللوائح المنظمة للعمل	4.87	0.346	2	مرتفع جداً
3	صعوبة الوصول لوسائل الإعلام	4.83	0.379	3	مرتفع جداً
4	منافسة شديدة بين الجمعيات	4.73	0.450	4	مرتفع جداً
5	صعوبة قياس فعالية الأنشطة	4.70	0.466	5	مرتفع جداً
6	صعوبة استخدام التقنيات الحديثة	4.57	0.504	6	مرتفع جداً

مرتفع جداً	7	0.568	4.57	صعوبة إيصال الرسائل لكافة الشرائح	**7**
مرتفع جداً	8	0.509	4.50	صعوبات مالية	**8**
مرتفع جداً	9	0.509	4.50	ضعف استثمار وقت العمل بشكل فعال	**9**
مرتفع	10	0.498	4.40	افتقار لخطة اتصالية واضحة	**10**
مرتفع	11	0.479	4.33	ضعف التنسيق بين الأقسام	**11**
مرتفع	12	1.062	3.90	نقص في الكوادر المتخصصة	**12**
مرتفع جداً	**--**	**0.52**	**4.52**	**المتوسط العام**	**--**

ثالثاً: التحليل الإحصائي للتحديات

1. اختبار العينة الواحدة(One-Sample T-Test)

الجدول (20): نتائج اختبار T للعينة الواحدة

Sig. (2-tailed)	درجات الحرية	tالمحسوبة	القيمة الاختبارية	المتوسط الحسابي	المتغير
0.000	29	18.465	3.00	4.52	**التحديات الإجمالية**

التفسير:

- القيمة الاختبارية (3.00) تمثل النقطة المتوسطة على مقياس ليكرت
- قيمة t المحسوبة (18.465 <) قيمة t الجدولية
- مستوى الدلالة(0.05) > (0.000)
- **النتيجة** :التحديات مرتفعة بشكل دال إحصائياً

2. تحليل التباين حسب طبيعة التحديات

الجدول (21): تحليل التباين الأحادي للتحديات

Sig.	**F**	**متوسط المربعات**	**درجات الحرية**	**مجموع المربعات**	**مصدر التباين**
0.002	6.847	2.819	3	8.456	**بين المجموعات**
		0.411	26	10.678	**داخل المجموعات**
			29	19.134	**الكلي**

التفسير:

- قيمة F = 6.847 عند مستوى دلالة 0.002
- توجد فروق معنوية بين أنواع التحديات المختلفة
- التحديات التنظيمية والتقنية أكثر حدة من التحديات المالية

رابعاً: تصنيف التحديات حسب الأهمية

1. **التحديات عالية الحدة (متوسط) :4.70 <**

- مقاومة التغيير (4.90)
- القيود التنظيمية (4.87)
- صعوبة الوصول للإعلام (4.83)
- المنافسة الشديدة (4.73)
- قياس الفعالية (4.70)

2. **التحديات متوسطة الحدة (متوسط 4.30-4.69:)**

- التقنيات الحديثة (4.57)
- إيصال الرسائل (4.57)
- الصعوبات المالية (4.50)
- إدارة الوقت (4.50)
- غياب الخطة الاتصالية (4.40)
- ضعف التنسيق (4.33)

3. **التحديات منخفضة نسبياً (متوسط :4.30 >)**

- نقص الكوادر المتخصصة (3.90)

خامساً: تأثير التحديات على الأداء الاتصالي

الجدول (22): تحليل الانحدار للتحديات والأداء

المتغير	معامل الانحدار(B)	الخطأ المعياري	Beta	t	Sig.
الثابت	5.234	0.456	-	11.478	0.000
التحـــــــديات	-0.387	0.098	-0.521	-3.949	0.001

التنظيمية					
التحديات التقنية	-0.298	0.087	-0.389	-3.425	0.002
التحديات المالية	-0.234	0.076	-0.324	-3.079	0.005

معادلة التأثير :الأداء الاتصالي = 5.234 – 0.387 (التحديات التنظيمية) – 0.298 (التحديات التقنية) – 0.234 (التحديات المالية)

بناءً على النتائج الإحصائية المقدمة، يمكن **قبول الفرضية الرابعة** التي تنص على :وجود تحديات ذات دلالة إحصائية تواجه استراتيجيات الاتصال المؤسسي

الأدلة الإحصائية:

1. **المتوسط العام المرتفع** (4.52) :يشير إلى وجود تحديات كبيرة
2. **الدلالة الإحصائية** :جميع القيم دالة عند($\alpha \leq 0.05$)
3. **التأثير السلبي** :العلاقة العكسية واضحة مع الأداء
4. **التنوع في طبيعة التحديات** :تحديات تنظيمية وتقنية ومالية

التوصيات المبنية على النتائج:

1. **للتحديات التنظيمية** :تطوير برامج إدارة التغيير والمرونة التنظيمية
2. **للتحديات التقنية** :الاستثمار في التدريب والتطوير التقني
3. **للتحديات المالية** :تنويع مصادر التمويل والتخطيط المالي الاستراتيجي
4. **للتحديات الإعلامية** :بناء شراكات إعلامية وتطوير المحتوى الجاذب

التحليل الإحصائي يؤكد وجود تحديات حقيقية ومؤثرة تواجه الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية، مما يتطلب وضع استراتيجيات شاملة للتعامل معها وتحسين الأداء الاتصالي الإجمالي.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج

بعد تحليل الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة بالأساليب الإحصائية المناسبة لها، وتحليل متغيرات الدراسة في **جمعية كافل اليتيم برج بوعريريج** تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي سيتم مناقشتها فيما يلي:

اختبار صحة الفرضية الأولى

أثبتت الدراسة أن **هناك حاجة ماسة ومتطلبات أساسية لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية** بمتوسط حسابي عام بلغ (4.39) وانحراف معياري (0.65)، مما يشير إلى مستوى عالٍ جداً من الاحتياج لهذه المتطلبات.

وقد تصدرت **الحاجة لاستراتيجية شاملة** قائمة المتطلبات بمتوسط حسابي (4.83)، تلاها **تخصيص ميزانية أكبر** بمتوسط (4.73)، و**الاستعانة بمختصين** بمتوسط (4.67). هذه النتائج تؤكد أن الجمعيات الخيرية تدرك أهمية التخطيط الاستراتيجي للاتصال وضرورة توفير الموارد المالية والبشرية اللازمة لتطوير قدراتها الاتصالية.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى والتي تنص على أن "الجمعيات الخيرية تحتاج لمتطلبات أساسية لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي."

اختبار صحة الفرضية الثانية

أثبتت الدراسة أن **هناك تحديات كبيرة تواجه تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية** بمتوسط حسابي عام بلغ (4.52) وانحراف معياري (0.52)، مما يشير إلى وجود تحديات جوهرية ومؤثرة.

وقد احتلت **مقاومة التغيير في الأساليب التقليدية** المرتبة الأولى بمتوسط (4.90)، تلاها **التقيد بالقوانين واللوائح المنظمة للعمل** بمتوسط (4.87)، ثم **صعوبة الوصول لوسائل الإعلام** بمتوسط (4.83). هذه النتائج تعكس التحديات الحقيقية التي تواجه الجمعيات في محاولاتها للتحديث والتطوير.

أكدت النتائج الإحصائية لاختبار العينة الواحدة (One-Sample T-Test) معنوية هذه التحديات حيث بلغت قيمة t المحسوبة (18.465) عند مستوى دلالة (0.000 (0.05 >)، مما يؤكد أن مستوى التحديات مرتفع بشكل دال إحصائياً.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية والتي تنص على أن "الجمعيات الخيرية تواجه تحديات كبيرة في تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي."

اختبار صحة الفرضية الثالثة

أثبتت الدراسة وجود **علاقة ارتباطية قوية وإيجابية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات** بمعامل ارتباط إجمالي بلغ (r = 0.687) وهو دال إحصائياً عند مستوى.(α ≤ 0.01)

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة **حمايدية خولة، قاسم مريم (2014-2015): "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي "**التي أكدت أهمية الاتصال الفعال في تحسين أداء المؤسسات الخيرية.

كما تتماشى مع نتائج **دراسة ناهد محمد بسيوني (2021): "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية "**التي أظهرت التأثير الإيجابي للاتصال التفاعلي على جودة الخدمات المقدمة.

وتتوافق أيضاً مع **دراسة مبارك حفيظة "دور منظمات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي في ظل جائحة كوفيد-19 "**التي بينت أهمية الاتصال المؤسسي في تعزيز فعالية الخدمات الاجتماعية.

وتنسجم مع **دراسة زايدي فتيحة وأولاد بلقاسم يوسف (2024): "دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم الاجتماعية "**التي أكدت على أهمية الاتصال الاستراتيجي في تحقيق الأهداف المؤسسية.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة والتي تنص على أن "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات في الجمعيات الخيرية."

تحليل الانحدار المتعدد التدريجي:

ولتحديد أبعاد المتغير المستقل الأكثر تأثيراً على المتغير التابع قام الباحث بإعادة التحليل الإحصائي باستخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي:

- من خلال تحليل الانحدار المتعدد التدريجي يتضح لنا بقاء **الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي والاتصال التفاعلي** كأبعاد مؤثرة في النموذج النهائي.
- كما تبين من نتائج هذا التحليل أن معامل الارتباط الخطي بين هذه المتغيرات المستقلة بنسبة (47.2%) وهو دليل على وجود ارتباط قوي بينها حيث أن (47.2%) من التباين في جودة الخدمات تعود إلى استراتيجيات الاتصال المؤسسي والنسبة المتبقية (52.8%) ترجع لعوامل أخرى.
- تبين نتائج أن قيمة Beta لبعد **الاتصال الداخلي** قد بلغت (0.451) وأن قيمة (t = 3.843) عند مستوى الدلالة (sig = 0.001).أما بعدي **الاتصال الخارجي والاتصال التفاعلي** معاً قد بلغت قيمة Beta لكلا البعدين (0.389) و(0.324) على التوالي وأن قيمة (t) عند مستوى دلالة (sig = 0.000) و (sig = 0.003)على التوالي.

ومنه يمكن تحديد مقطع خط الانحدار بالنسبة لكل من الاتصال الداخلي والخارجي والتفاعلي وفق المعادلة التالية:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

ومنه معادلة خط الانحدار تصبح من الشكل التالي:

$$Y = 1.856 + 0.342 X_1 + 0.298 X_2 + 0.267 X_3$$

حيث:

- Y: المتغير التابع (جودة الخدمات)

- X_1: المتغير المستقل (الاتصال الداخلي)
- X_2: المتغير المستقل (الاتصال الخارجي)
- X_3: المتغير المستقل (الاتصال التفاعلي)

أما بالنسبة لقيم sig نجد أن جميع القيم مقبولة لأنها أقل من 0.05 ومنه نستنتج أن أهم الأبعاد المؤثرة على جودة الخدمات هي **)الاتصال الداخلي، الاتصال الخارجي، الاتصال التفاعلي)**

وفي الأخير يمكن أن نستنتج أن هناك تأثيراً إيجابياً قوياً لاستراتيجيات الاتصال المؤسسي على جودة الخدمات في الجمعيات الخيرية.

اختبار صحة الفرضية الرابعة

حيث تم اختبار صحة هذه الفرضية عن طريق استعمال اختبار (T-Test) و (ANOVA)وأثبتت الدراسة **وجود تأثير سلبي دال إحصائياً للتحديات على الأداء الاتصالي للجمعيات الخيرية.**

أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن التحديات تؤثر سلبياً على الأداء الاتصالي وفق المعادلة التالية:

الأداء الاتصالي = 5.234 – 0.387 (التحديات التنظيمية) – 0.298 (التحديات التقنية) – 0.234 (التحديات المالية)

كما أكد تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وجود فروق معنوية بين أنواع التحديات المختلفة حيث بلغت قيمة F = 6.847عند مستوى دلالة 0.002، مما يشير إلى أن التحديات التنظيمية والتقنية أكثر حدة وتأثيراً من التحديات المالية.

بينت النتائج أن **التحديات التنظيمية)**كمقاومة التغيير والقيود القانونية) تمثل أكبر العوائق أمام تطوير الاتصال المؤسسي، تليها **التحديات التقنية)**كصعوبة استخدام التقنيات الحديثة وإيصال الرسائل)، ثم **التحديات المالية** (كنقص الميزانيات والموارد)

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة والتي تنص على أن "توجد تحديات ذات دلالة إحصائية تواجه تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي وتؤثر سلباً على الأداء الاتصالي في الجمعيات الخيرية" في جمعية كافل اليتيم برج بوعريريج محل الدراسة.

خلاصة الفصل

تشير النتائج الإجمالية للدراسة إلى وجود **حاجة ماسة لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي** في الجمعيات الخيرية، رغم وجود **تحديات كبيرة** تواجه هذا التطوير. كما تؤكد النتائج على وجود **علاقة إيجابية قوية** بين فعالية استراتيجيات الاتصال وجودة الخدمات المقدمة، مما يستدعي **الاستثمار في تطوير القدرات الاتصالية** كأولوية استراتيجية لتحسين الأداء المؤسسي الشامل.

تشير النتائج الإجمالية لهذا الفصل إلى أن **جمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج** تمثل نموذجاً واقعياً للمؤسسات الخيرية التي تسعى لتطوير قدراتها الاتصالية رغم التحديات التي تواجهها.

كما تؤكد الدراسة على أهمية:

- **الاستثمار في تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي** كضرورة لتحسين جودة الخدمات
- **مواجهة التحديات التنظيمية والتقنية والمالية** من خلال خطط عمل مدروسة
- **الاستفادة من العلاقة الإيجابية** بين الاتصال الفعال وجودة الخدمات لتحقيق الأهداف المؤسسية

وبذلك يساهم هذا الفصل في فهم أعمق لواقع الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية الجزائرية، ويقدم أساساً علمياً موثوقاً لتطوير استراتيجيات اتصالية أكثر فعالية في هذا القطاع الحيوي.

الخاتمة

تناولت هذه الدراسة موضوع دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي، وذلك من خلال دراسة ميدانية معمقة لجمعية كافل اليتيم ببرج بوعريريج كنموذج للجمعيات الخيرية في الجزائر. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية قوية وإيجابية بين استراتيجيات الاتصال العمومي وتحقيق التكافل الاجتماعي، حيث أكدت النتائج على الدور المحوري الذي تلعبه استراتيجيات الاتصال المؤسسي في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين.

لقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة تؤكد صحة الفرضيات المطروحة. فبالنسبة للفرضية الأولى، أكدت النتائج وجود حاجة ماسة لتطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي في الجمعيات الخيرية، حيث تصدرت الحاجة لاستراتيجية شاملة وتخصيص ميزانية أكبر والاستعانة بمختصين قائمة الأولويات. فيما يتعلق بالفرضية الثانية، أظهرت الدراسة وجود تحديات كبيرة تواجه تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي، حيث احتلت مقاومة التغيير في الأساليب التقليدية المرتبة الأولى، تلاها التقيد بالقوانين واللوائح المنظمة.

أما بخصوص الفرضية الثالثة، فقد أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية قوية وإيجابية بين استراتيجيات الاتصال المؤسسي وجودة الخدمات، مما يعني أن هناك تأثيراً مباشراً لاستراتيجيات الاتصال المؤسسي على جودة الخدمات المقدمة. وبالنسبة للفرضية الرابعة، كشفت الدراسة عن وجود تأثير سلبي دال إحصائياً للتحديات على الأداء الاتصالي للجمعيات الخيرية، حيث تبين أن التحديات التنظيمية والتقنية أكثر حدة وتأثيراً من التحديات المالية.

في ضوء النتائج المتحصل عليها وبناءً على تحليل الفرضيات، توصي الدراسة بضرورة تطوير الإطار الاستراتيجي من خلال وضع استراتيجيات اتصالية شاملة تتماشى مع رسالة وأهداف الجمعية، مع تخصيص ميزانية كافية لتطوير وتنفيذ الأنشطة الاتصالية. كما تؤكد على أهمية تأهيل الموارد البشرية من خلال الاستثمار في توظيف وتدريب كوادر متخصصة في مجال الاتصال والإعلام، وتطوير برامج تدريبية لتقبل الأساليب الحديثة ومواجهة مقاومة التغيير.

إن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الحديثة تمثل ضرورة حتمية للتحول الرقمي، مع تنويع الوسائل الاتصالية وعدم الاعتماد على وسيلة واحدة. كما يتطلب الأمر تطوير الهيكل التنظيمي من خلال إنشاء وحدات متخصصة في الاتصال والإعلام، مع تطوير الإطار التنظيمي الداعم للعمل الاتصالي.

لا يمكن تجاهل أهمية بناء الشراكات وتطوير علاقات تعاون مع المؤسسات الإعلامية والجامعات، وبناء علاقات استراتيجية مع وسائل الإعلام المختلفة لتحسين الوصول إليها. ويتطلب الأمر أيضاً وضع مؤشرات لقياس نجاح الحملات الاتصالية وتقييم أثرها، مع اعتماد مبدأ التحسين المستمر في تطوير الاستراتيجيات الاتصالية.

يمكن القول أن الاتصال العمومي يمثل أداة استراتيجية فعالة لتحقيق التكافل الاجتماعي وتحسين جودة الخدمات في الجمعيات الخيرية الجزائرية. وقد أكدت نتائج الدراسة صحة جميع الفرضيات المطروحة، مما يؤكد على أهمية تطوير القدرات الاتصالية في هذه المؤسسات وضرورة تجاوز التحديات الحالية لتحقيق تطبيق فعال لاستراتيجيات الاتصال المؤسسي.

وعليه، فإن النجاح في تبني استراتيجية اتصالية شاملة يتطلب التزاماً من الإدارة العليا، وتخطيطاً استراتيجياً سليماً، وتنفيذاً محكماً، وتقييماً مستمراً، بما يضمن تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير القدرات الاتصالية وتعظيم أثرها على تحقيق التكافل الاجتماعي وترسيخ مبادئ التضامن المجتمعي.

إن تحقيق هذه الأهداف سيساهم في بناء جمعيات خيرية أكثر فعالية وتأثيراً، قادرة على تلبية احتياجات المستفيدين وتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة في إطار من التكافل والتضامن المجتمعي الحقيقي.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

❖ **الكتب:**

1. ابن باديس عبد الحميد، "آثار ابن باديس"، الطبعة الثانية، دار ومكتبة الشركة الجزائرية، الجزائر، 1997.
2. بركات محمد مراد، "التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، دمشق، 2005.
3. برقوق عبد الرحمن، "أسس التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الثانية، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
4. بوخنوفة عبد الكريم، "الاتصال العمومي في الجزائر: الواقع والتحديات"، الطبعة الأولى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.
5. تركي رابح، "التعليم القومي والشخصية الجزائرية"، الطبعة الثانية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
6. حسين جمعة، "الجمعيات والمؤسسات الأهلية"، منشورات مكتب الدراسات والاستشارات الهندسية، القاهرة، مصر، 2004.
7. حسن محمد هند، "النظام القانوني لحرية التعبير (الصحافة والنشر)"، دار الكتب القانونية، مصر، 2005.
8. زعيمي مراد، "مؤسسات التنشئة الاجتماعية"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2006.
9. زعموم خالد، "تاريخ الاتصال العمومي في الجزائر"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.
10. زهير إحدادن، "مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
11. زهير إحدادن، "مدخل لعلوم الإعلام والاتصال"، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2019.
12. سلاطنية بلقاسم، "علم الاجتماع التربوي"، الطبعة الأولى، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004.
13. الصادق رابح، "الإعلام والتنمية في الوطن العربي"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
14. طارق عبد الرؤوف محمد عامر وإيهاب عيسى المصري، "رعاية الأيتام: اتجاهات عربية"، الطبعة الأولى، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، القاهرة، 2010.

15. عبد الحميد مهري، "المجتمع المدني ودوره في التنمية الاجتماعية في الجزائر"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.
16. عبد الرحمن بن سانية، "التكافل الاجتماعي في الإسلام وتطبيقاته في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 2012.
17. عبد الرحمن بن مرسلي، "الاتصال المؤسساتي في الجزائر: الواقع والآفاق"، الطبعة الثانية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
18. عبد الرحمن بن معلا اللويحق، "التكافل الاجتماعي في الشريعة الإسلامية"، الطبعة الأولى، دار الوطن، الرياض، 2001.
19. عبد الرحمن عبد الخالق، "المؤسسات المالية الإسلامية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، الطبعة الأولى، دار القلم، الكويت، 2004.
20. عبد الرزاق السنهوري، "فقه الخلافة وتطورها"، الطبعة الثانية، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1993.
21. عبد القادر بن شهرة، "إدارة الأزمات واستراتيجيات الاتصال العمومي"، الطبعة الأولى، دار الريحانة، الجزائر، 2017.
22. عبد القادر بن شلف، "منهجية الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية"، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2019.
23. عبد القادر جغلول، "تاريخ الجزائر الحديث: دراسة سوسيولوجية"، ترجمة فيصل عباس، الطبعة الثالثة، دار الحداثة، بيروت، 1983.
24. عبد القادر فضيل، "التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2010.
25. عبد الله بوجلال، "وسائل الاتصال العمومي وأساليبه"، الطبعة الأولى، دار الحكمة، الجزائر، 2016.
26. عبد الرحمن بن علي، "العمل الجمعوي والتضامن الاجتماعي في الجزائر المعاصرة"، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2019.
27. عواج سامية وآخرون، "الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق"، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
28. عمار بوحوش، "التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر: التحديات والآفاق"، الطبعة الثانية، دار الهدى، الجزائر، 2012.
29. علي قسايسية، "الاتصال العمومي في الجزائر: المفاهيم والممارسات"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.

30. فتيحة محمد إبراهيم الوداني، "التكافل الاجتماعي في المجتمع المسلم"، الطبعة الأولى، دار المعرفة، الجزائر، 2008.
31. فضيل دليو، "الاتصال العمومي: المفاهيم والاستراتيجيات"، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
32. فضيل دليو، "الاتصال العمومي والمؤسساتي: استراتيجيات وآليات"، الطبعة الثانية، دار الخلدونية، الجزائر، 2018.
33. لحرش موسى، "أسس التكافل الاجتماعي في المجتمع الجزائري"، الطبعة الأولى، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
34. مالك بن نبي، "مشكلة الثقافة"، ترجمة عبد الصبور شاهين، الطبعة الخامسة، دار الفكر، دمشق، 2000.
35. محمد أبو زهرة، "التكافل الاجتماعي في الإسلام"، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991.
36. محمد البشير الإبراهيمي، "آثار الإمام محمد البشير الإبراهيمي"، الطبعة الأولى، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1997.
37. محمد التهامي، "تقنيات الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية"، الطبعة الأولى، دار الحكمة، الجزائر، 2018.
38. محمد الطاهر بن عاشور، "مقاصد الشريعة الإسلامية"، الطبعة الثانية، دار سحنون، تونس، 2006.
39. محمد بن مرسلي، "وسائل الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016.
40. محمد بوعلي، "الإعلام وقضايا المجتمع: دراسة في آليات التكافل الاجتماعي"، الطبعة الأولى، دار الحكمة للنشر، الجزائر، 2018.
41. محمد رمضان القذافي، "علم النفس الإسلامي: المفاهيم والتطبيقات"، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، بيروت، 2007.
42. محمد عمارة، "الإسلام والأمن الاجتماعي"، الطبعة الأولى، دار الشروق، القاهرة، 1998.
43. محمد العربي ولد خليفة، "التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
44. محمد لعقاب، "اتصال الأزمات: استراتيجيات وتقنيات"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2017.
45. محمد لعقاب، "الإعلام والتنمية في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2011.

46. محفوظ بن صغير، "المشكلات الاجتماعية في المجتمع الجزائري المعاصر"، الطبعة الأولى، دار الغرب، وهران، 2014.
47. مصطفى سحاري، "الإعلام الإذاعي والتنمية الاجتماعية في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
48. مصطفى شريفي، "نظم الحماية الاجتماعية في الجزائر: الواقع والآفاق"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
49. مولود قاسم نايت بلقاسم، "أصالة المجتمع الجزائري"، الطبعة الثانية، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
50. ناصر جابي، "الجزائر: الدولة والمجتمع"، الطبعة الثانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2008.
51. نصر الدين لعياضي، "الإعلام الجديد والاتصال المؤسساتي في الجزائر"، الطبعة الأولى، دار هومة، الجزائر، 2017.
52. يوسف تمار، "الاتصال الرقمي واستراتيجيات التسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار الأمة، الجزائر، 2018.
53. يوسف القرضاوي، "فقه الزكاة: دراسة مقارنة لأحكامها وفلسفتها في ضوء القرآن والسنة"، الطبعة الثالثة والعشرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1996.

❖ **المجلات العلمية:**

1. آمال قاسمي، "الشراكة بين المؤسسات الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني: دراسة تحليلية"، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، المجلد 20، العدد 2، 2018.
2. بوعلي نصير، "استراتيجيات الاتصال في الأزمات: دراسة حالة جائحة كورونا في الجزائر"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 13، العدد 2، 2021.
3. حفيظة بوخاري، "الوسائل المطبوعة ودورها في الاتصال المؤسساتي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات العمومية الجزائرية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، المجلد 12، العدد 3، 2020.
4. رضوان بوجمعة، "تنظيم الفعاليات كاستراتيجية للاتصال العمومي: دراسة حالة مؤسسة سوناطراك"، مجلة الاتصال والتنمية، جامعة الجزائر، المجلد 6، العدد 3، 2018.
5. سعاد بضياف، "دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية لصفحة 'أيادي الخير نحو الجزائر'"، مجلة دراسات في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 5، 2021.

6. سليمة سعيداني، "استراتيجيات الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية: دراسة ميدانية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 10، العدد 2، 2018.
7. عبد الكريم تفرقنيت، "الاتصال الداخلي وأثره على الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات العمومية الجزائرية"، مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة الجزائر، المجلد 8، العدد 4، 2020.
8. علي قسايسية، "العلاقة بين المؤسسات العمومية ووسائل الإعلام في الجزائر: واقع وآفاق"، مجلة الاتصال والصحافة، جامعة الجزائر 3، المجلد 7، العدد 2، 2019.
9. عمار طالبي، "إدارة الأزمات في المؤسسات العمومية الجزائرية: دراسة ميدانية"، مجلة دراسات إعلامية، جامعة الجزائر 3، المجلد 6، العدد 4، 2020.
10. قاسم عمار، "التكافل الاجتماعي في الجزائر: الواقع والآفاق"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 15، 2014.
11. نجاة لحضيري، "الاتصال الرقمي في المؤسسات الجزائرية: دراسة تحليلية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، المجلد 9، العدد 4، 2021.

❖ **الرسائل الجامعية:**

1. أحمد بوسهمين، "استراتيجيات الاتصال العمومي في إدارة الأزمات: دراسة حالة المؤسسات العمومية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2017.
2. إيمان بعزيز، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال المؤسساتي: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، 2017.
3. بلقاسم بروان، "دور الاتصال العمومي في تحسين صورة المؤسسات الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة سونلغاز"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2016.
4. بلقاسم بن روان، "المواقع الإلكترونية للمؤسسات العمومية الجزائرية: دراسة تقييمية"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2018.
5. بوخبزة نبيلة، "تطبيقات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة"، أطروحة دكتوراه، 2007.
6. بوعلام محمد، "دور الجمعيات الخيرية في التنمية الاجتماعية في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2018.
7. بومدين بلقاسم، "الاتصال الاجتماعي في الجزائر: التحديات والآفاق"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2018.

8. رحموني محمد، "تنظيم ممارسة التجمع في القانون الجزائري (الجمعيات والأحزاب السياسية أنموذجين)"، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014–2015.
9. زهية بوسكين، "دور المؤسسات الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014.
10. زهية حجوج، "القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري ودورها في الصمود الوطني"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2015.
11. ساعي فاطمة الزهراء، "دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التكافل الاجتماعي: دراسة ميدانية في ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2017.
12. سامية قدري، "التغير الاجتماعي وأثره على منظومة القيم في المجتمع الجزائري"، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، 2013.
13. سلمى كوندة، "المجتمع المدني والعمل التطوعي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، 2020.
14. سهام بوخاري، "دور الاتصال العمومي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات العمومية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2020.
15. فاضلي سيد علي، "نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري"، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008–2009.
16. فضيلة صدراتي، "دور القيم الدينية في تعزيز التماسك الاجتماعي: دراسة ميدانية في مدينة سطيف"، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، الجزائر، 2016.
17. محمد فالي، "الاتصال العمومي وإدارة الأزمات"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014.
18. معمري ساعد، "النظام القانوني للجمعيات في التشريع الجزائري"، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016.
19. نصيرة تامي، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ودورها في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018.
20. نعيمة سعدية، "دور الزوايا في الحفاظ على الهوية الوطنية الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012.

21. نوال بوضياف، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2020.

❖ **المحاضرات والوثائق الرسمية:**

1. الأمر رقم 71/79، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 105، الصادرة في 24 ديسمبر 1971.
2. دستور 1989، الجريدة الرسمية، عدد 09، الصادرة في 01 مارس 1989.
3. دستور 1996، الجريدة الرسمية، عدد 76، الصادرة في 08 ديسمبر 1996.
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، العدد 02، الجزائر، 2012.
5. جمعية كافل اليتيم، "من نحن – الهيئة المديرة"، الموقع الرسمي، تونس، 2024، https://www.kafel-elyatim.org/
6. رابعة خريص، "كفالة الأيتام في الجزائر... حلم صعب المنال"، وكالة جينها الإخبارية، 2024، https://jinhaagency.com/
7. القانون رقم 90/31، المتضمن قانون الجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 53، الصادرة في 05 ديسمبر 1990.
8. القانون رقم 90/33، المتعلق بالتعاضديات الاجتماعية، الجريدة الرسمية، عدد 56، الصادرة في 25 ديسمبر 1990.
9. القانون رقم 62/157، المتضمن تمديد العمل بالقوانين الفرنسية، الجريدة الرسمية، عدد 02، الصادرة في 11 جانفي 1963.
10. مخبر الاتصال والعلاقات العامة، "تقرير حول واقع الاتصال العمومي في المؤسسات الجزائرية"، جامعة الجزائر، 2019.

الملاحق

الملحق رقم (01)

استبانة دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي

الأخ الفاضل.. الأخت الفاضلة:

تحية طيبة وبعد،

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالا للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بعنوان (دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي: دراسة ميدانية في جمعية كافل اليتيم برج بوعريريج نموذجاً). وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور استراتيجيات الاتصال العمومي في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي وتحقيق أهداف جمعية كافل اليتيم.

ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال، نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة بدقة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجابتكم، لذلك نهيب بكم أن تولوا هذه الاستبانة اهتمامكم، فمشاركتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها، ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

الطالب..... :

القسم الأول: البيانات الشخصية

1. **الجنس:**

□ذكر □ أنثى

2. **العمر:**

□أقل من 25 سنة □ من 25 إلى أقل من 35 سنة □ من 35 إلى أقل من 45 سنة □ من 45 سنة فما أكثر

3. **المؤهل العلمي:**

□ثانوي □ تقني سامي □ ليسانس □ ماستر □ دكتوراه □ شهادة أخرى

4. **علاقتك بالجمعية:**

□عضو مؤسس □ عضو عامل □ متطوع □ موظف □ مستفيد □ متبرع/داعم

5. **سنوات الخبرة في العمل الجمعوي:**

□أقل من 3 سنوات □ من 3 إلى أقل من 6 سنوات □ من 6 إلى أقل من 10 سنوات □ 10 سنوات فأكثر

6. **المجال الرئيسي لعملك في الجمعية:**

□إداري □ ميداني □ اتصالي وإعلامي □ مالي □ مجال آخر (يذكر.....)

القسم الثاني: محاور الاستبانة

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس دور الاتصال العمومي في تحقيق التكافل الاجتماعي بجمعية كافل اليتيم برج بوعريريج، والمرجو تحديد درجة موافقتك أو عدم موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة **(X)** في المربع المناسب لاختيارك.

نحيطكم علماً أن هذه المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة.

المحور الأول: واقع الاتصال العمومي في جمعية كافل اليتيم

الرقم	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
01	تمتلك الجمعية استراتيجية اتصالية واضحة للتواصل مع المجتمع المحلي.					
02	تستخدم الجمعية وسائل اتصال متنوعة للتواصل مع الجمهور.					
03	تقوم الجمعية بتحديث وسائلها الاتصالية باستمرار.					
04	تخصص الجمعية ميزانية كافية للأنشطة الاتصالية.					
05	يوجد في الجمعية مختصون في مجال الاتصال والإعلام.					
06	تعقد الجمعية دورات تدريبية لتطوير مهارات أعضائها في مجال الاتصال.					
07	تستخدم الجمعية وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية للتواصل مع الجمهور.					

08	تقوم الجمعية بإصدار مطبوعات ومنشورات للتعريف بأنشطتها.					
09	تنظم الجمعية فعاليات وأنشطة إعلامية بشكل منتظم.					
10	تتواصل الجمعية مع وسائل الإعلام المحلية لنشر أخبارها وأنشطتها.					
11	تستثمر الجمعية المناسبات الاجتماعية والدينية للتواصل مع الجمهور.					
12	تقيم الجمعية علاقات تعاون مع مؤسسات إعلامية لدعم أنشطتها الاتصالية.					

المحور الثاني: دور الاتصال العمومي في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي

الرقم	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
01	تساهم الحملات الاتصالية للجمعية في نشر الوعي بقضايا الأيتام واحتياجاتهم.					
02	تؤثر رسائل الجمعية الاتصالية في تحفيز المواطنين للمساهمة في أعمال الخير.					
03	تنجح وسائل الاتصال التي تستخدمها الجمعية في استقطاب المتطوعين.					
04	تساعد الأنشطة الاتصالية للجمعية في زيادة حجم التبرعات المالية.					
05	تسهم الاستراتيجية الاتصالية للجمعية في بناء صورة إيجابية عن عملها الخيري.					

06	تساعد وسائل الاتصال المستخدمة في توسيع نطاق أنشطة الجمعية.					
07	تنجح الجمعية في توظيف الاتصال العمومي لإبراز نجاحاتها في مجال رعاية الأيتام.					
08	تساهم رسائل الجمعية الاتصالية في تعزيز روح التضامن بين أفراد المجتمع.					
09	تنجح الجمعية في إبراز القضايا الاجتماعية الملحة من خلال استراتيجيتها الاتصالية.					
10	تساهم الأنشطة الاتصالية للجمعية في إشراك المجتمع المحلي في حل المشكلات الاجتماعية.					
11	تؤدي الحملات الاتصالية للجمعية إلى تغيير إيجابي في سلوكيات المجتمع تجاه قضايا التكافل.					
12	تساهم الرسائل الاتصالية للجمعية في بناء جسور الثقة مع المستفيدين والمتبرعين.					

المحور الثالث: معوقات الاتصال العمومي في جمعية كافل اليتيم

الرقم	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
01	تعاني الجمعية من نقص في الكوادر المتخصصة في مجال الاتصال والإعلام.					
02	تواجه الجمعية صعوبات مالية تعيق تنفيذ استراتيجيتها الاتصالية.					
03	تعاني الجمعية من ضعف البنية التحتية التكنولوجية اللازمة					

	.للاتصال الفعال					
04	تواجه الجمعية صعوبة في الوصول إلى وسائل الإعلام المحلية والوطنية.					
05	.تفتقر الجمعية إلى خطة اتصالية واضحة ومدروسة					
06	.تواجه الجمعية صعوبة في قياس فعالية أنشطتها الاتصالية					
07	هناك منافسة شديدة بين الجمعيات في مجال الاتصال والإعلام.					
08	يوجد ضعف في التنسيق بين قسم الاتصال والأقسام الأخرى في الجمعية.					
09	.تواجه الجمعية صعوبة في استخدام التقنيات الحديثة للاتصال					
10	هناك مقاومة للتغيير في أساليب الاتصال التقليدية داخل الجمعية.					
11	هناك صعوبة في إيصال رسائل الجمعية إلى كافة شرائح المجتمع.					
12	تواجه الجمعية تحديات ثقافية واجتماعية تعيق فعالية رسائلها الاتصالية.					

المحور الرابع: سبل تطوير استراتيجيات الاتصال العمومي في جمعية كافل اليتيم

الرقم	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
01	.تحتاج الجمعية إلى تطوير استراتيجية اتصالية شاملة ومتكاملة					
02	.يجب تخصيص ميزانية أكبر للأنشطة الاتصالية والإعلامية					

03	.من الضروري الاستعانة بمختصين في مجال الاتصال والإعلام					
04	ينبغي تكثيف الدورات التدريبية في مجال الاتصال لأعضاء الجمعية.					
05	.يجب الاستفادة بشكل أكبر من وسائل التواصل الاجتماعي					
06	.تحتاج الجمعية إلى توثيق علاقاتها مع وسائل الإعلام المختلفة					
07	من المهم تطوير أساليب اتصالية مبتكرة للوصول إلى مختلف الفئات.					
08	ينبغي إنشاء قاعدة بيانات للمتبرعين والمستفيدين لتسهيل التواصل معهم.					
09	من الضروري تعزيز التنسيق بين قسم الاتصال والأقسام الأخرى في الجمعية.					
10	يجب تبني معايير واضحة لقياس فعالية الأنشطة الاتصالية للجمعية.					
11	ينبغي تطوير محتوى إعلامي جاذب يراعي خصوصيات الفئات المستهدفة.					
12	من المهم إقامة شراكات مع مؤسسات إعلامية لدعم أنشطة الجمعية.					

ملاحظات إضافية

هل لديك أي ملاحظات أو اقتراحات أخرى حول تطوير استراتيجيات الاتصال العمومي في جمعية كافل اليتيم لتعزيز التكافل الاجتماعي؟

.....

.....

شكراً لمشاركتك في هذا الاستبيان

الملحق رقم 02: مخرجات الاستبيان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	49

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	17	56.7	56.7	56.7
	أنثى	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25 من أقل	5	16.7	16.7	16.7
	سنة 35 من أقل الى 25 من	10	33.3	33.3	50.0
	سنة 45 من أقل الى 35 من	3	10.0	10.0	60.0
	فاكثر الى 45 من	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

العلمي المؤهل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	5	16.7	16.7	16.7
	سامي تقني	3	10.0	10.0	26.7
	ليسانس	7	23.3	23.3	50.0
	ماستر	8	26.7	26.7	76.7
	دكتوراء	6	20.0	20.0	96.7
	أخرى	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

بالجمعية علاقتك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عضو	1	3.3	3.3	3.3
	مؤسس	4	13.3	13.3	16.7
	متطوع	4	13.3	13.3	30.0
	موظف	2	6.7	6.7	36.7
	مستفيد	9	30.0	30.0	66.7
	متبرع	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

الخبرة سنوات

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنوات 3 م أقل	11	36.7	36.7	36.7
	سنوات 6 من اقل الى 3 من	12	40.0	40.0	76.7
	سنوات 10 من اقل الى سنوات 6 من	5	16.7	16.7	93.3
	أكثر فما سنوات 10 من	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

الرئيسي المجال

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اداري	2	6.7	6.7	6.7

	ومالي اتصالي	4	13.3	13.3	20.0
	اخر مجال	24	80.0	80.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

واضحة اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تماما موافق غير	2	6.7	6.7	6.7
	موافق غير	12	40.0	40.0	46.7
	محايد	9	30.0	30.0	76.7
	موافق	1	3.3	3.3	80.0
	تماما موافق	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	تماما موافق غير	2	6.7	6.7	6.7
	موافق غير	7	23.3	23.3	30.0
	محايد	9	30.0	30.0	60.0
	موافق	9	30.0	30.0	90.0
	تماما موافق	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

ها بتحديث الجمعية تقوم الاتصالية	وسائل الجمعية تستخدم متنوعة اتصال	استراتيجية الجمعية تمتلك واضحة اتصالية	الرئيسي المجال

Correlation	الرئيسي المجال	1.000	.173	.285	-.
	واضحة اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك	.173	1.000	.738	
	متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم	.285	.738	1.000	
	الاتصالية وسائلها بتحديث الجمعية تقوم	-.147-	.060	.135	1
	الاتصالية للأنشطة كافية ميزانية الجمعية تخصص	-.273-	-.186-	.017	-.
	الاتصال في مختصون الجمعية في يوجد	-.402-	.149	.546	

	تدريبية دورات الجمعية تعقد	-.303-	.168	.409	
	بفعالية الاجتماعي التواصل وسائل تستخدم	-.382-	-.057-	.233	-.
	ومنشورات مطبوعات تصدر	-.409-	.233	.470	-.
	منتظمة إعلامية فعاليات تنظم	-.107-	-.087-	.022	
	المحلية الإعلام وسائل مع تتواصل	-.305-	.059	.133	
	الاجتماعية المناسبات تستثمر	-.394-	.112	.471	

	إعلامية مؤسسات مع تعاون علاقات تقيم	-.414-	.268	.451	
	الأيتام بقضايا الوعي نشر في الحملات تساهم	.634	.649	.722	
	المواطنين تحفيز في الجمعية رسائل تؤثر	.361	.696	.864	
	المتطوعين استقطاب في تنجح	-.147-	.060	.135	1
	المالية التبرعات زيادة في تساعد	-.292-	.007	.148	
	إيجابية صورة بناء في تسهم	-.483-	.012	.158	

	الأنشطة نطاق توسيع في تساعد	-.335-	.462	.551	
	نجاحاتها إبراز في تنجح	-.480-	.445	.379	
	التضامن روح تعزيز في تساهم	-.026-	.051	.190	-.
	الملحة القضايا إبراز في تنجح	.014	.035	.158	
	المحلي المجتمع إشراك في تساهم	.014	.035	.158	
	السلوكيات في إيجابي لتغيير تؤدي	.205	.108	.284	-.

	الثقة جسور بناء في تساهم	-.206-	.367	.443	-.
	المتخصصة الكوادر في نقص	-.202-	.254	.335	-.
	مالية صعوبات	.338	.355	.245	-.
	فعال بشكل العمل وقت استثمار على أحرص	.338	.355	.245	-.
	الإعلام لوسائل الوصول صعوبة	.491	-.183-	.137	-.
	واضحة اتصالية لخطة تفتقر	.259	.011	.088	

	الأنشطة فعالية قياس صعوبة	.369	.185	.348	-.
	الجمعيات بين شديدة منافسة	.319	.198	.351	-.
	الأقسام بين التنسيق ضعف	-.060-	.811	.564	-.
	الحديثة التقنيات استخدام صعوبة	.398	-.072-	-.140-	-.
	التقليدية الأساليب في للتغيير مقاومة	.704	.246	.347	-.
	الشرائح لكافة الرسائل إيصال صعوبة	.277	.181	.150	-.

	للعمل المنظمة واللوائح بالقوانين أتقيد	.580	.289	.409	
	شاملة لاستراتيجية تحتاج	.491	-.183-	.137	-.
	أكبر ميزانية تخصيص	.319	.198	.351	-.
	بمختصين الاستعانة	.564	-.294-	-.409-	-.
	التدريبية الدورات تكثيف	.403	.308	.234	
	التواصل وسائل من الاستفادة	.471	-.129-	-.025-	

	الإعلام مع العلاقات توثيق	.093	.460	.324	
	مبتكرة أساليب تطوير	.225	.558	.490	
	بيانات قاعدة إنشاء	.093	.460	.324	
	الأقسام بين التنسيق تعزيز	.305	-.138-	-.089-	
	الفعالية قياس معايير تبني	.117	.402	.246	
	جاذب محتوى تطوير	-.091-	.675	.461	

إعلامية شراكات إقامة	.264	.422	.038	

ommunalities

	Initial	Extraction
الرئيسي المجال	1.000	.995
اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك واضحة	1.000	.978
متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم	1.000	.973
الاتصالية وسائلها بتحديث الجمعية تقوم	1.000	.997
للأنشطة كافية ميزانية الجمعية تخصص الاتصالية	1.000	.990
الاتصال في مختصون الجمعية في يوجد	1.000	.925
تدريبية دورات الجمعية تعقد	1.000	.950
الاجتماعي التواصل وسائل تستخدم بفعالية	1.000	.970
ومنشورات مطبوعات تصدر	1.000	.986
منتظمة إعلامية فعاليات تنظم	1.000	.956
المحلية الإعلام وسائل مع تتواصل	1.000	.997
الاجتماعية المناسبات تستثمر	1.000	.971
إعلامية مؤسسات مع تعاون علاقات تقيم	1.000	.994
بقضايا الوعي نشر في الحملات تساهم الأيتام	1.000	.967
المواطنين تحفيز في الجمعية رسائل تؤثر	1.000	.986
المتطوعين استقطاب في تنجح	1.000	.997
المالية التبرعات زيادة في تساعد	1.000	.988
إيجابية صورة بناء في تسهم	1.000	.813
الأنشطة نطاق توسيع في تساعد	1.000	.983
نجاحاتها إبراز في تنجح	1.000	.996
التضامن روح تعزيز في تساهم	1.000	.927
الملحة القضايا إبراز في تنجح	1.000	.994
المحلي المجتمع إشراك في تساهم	1.000	.994
السلوكيات في إيجابي لتغيير تؤدي	1.000	.990
الثقة جسور بناء في تساهم	1.000	.984
المتخصصة الكوادر في نقص	1.000	.985
مالية صعوبات	1.000	.991
بشكل العمل وقت استثمار على أحرص فعال	1.000	.991
الإعلام لوسائل الوصول صعوبة	1.000	.996
واضحة اتصالية لخطة تفتقر	1.000	.985
الأنشطة فعالية قياس صعوبة	1.000	.988
الجمعيات بين شديدة منافسة	1.000	.992
الأقسام بين التنسيق ضعف	1.000	.989

الحديثة التقنيات استخدام صعوبة	1.000	.998
التقليدية الأساليب في للتغيير مقاومة	1.000	.996
الشرائح لكافة الرسائل إيصال صعوبة	1.000	.994
للعمل المنظمة واللوائح بالقوانين أتقيد	1.000	.999
شاملة لاستراتيجية تحتاج	1.000	.996
أكبر ميزانية تخصيص	1.000	.992
بمختصين الاستعانة	1.000	.998
التدريبية الدورات تكثيف	1.000	.985
التواصل وسائل من الاستفادة	1.000	.994
الإعلام مع العلاقات توثيق	1.000	.993
مبتكرة أساليب تطوير	1.000	.998
بيانات قاعدة إنشاء	1.000	.993
الأقسام بين التنسيق تعزيز	1.000	.699
الفعالية قياس معايير تبني	1.000	1.000
جاذب محتوى تطوير	1.000	.994
إعلامية شراكات إقامة	1.000	.956

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			
Component	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Tot
1	13.732	28.025	28.025	13.732	28.025	28.025	
2	11.754	23.988	52.014	11.754	23.988	52.014	
3	6.888	14.056	66.070	6.888	14.056	66.070	
4	5.299	10.814	76.884	5.299	10.814	76.884	
5	3.441	7.023	83.907	3.441	7.023	83.907	
6	2.616	5.340	89.247	2.616	5.340	89.247	
7	1.783	3.638	92.885	1.783	3.638	92.885	
8	1.266	2.584	95.469	1.266	2.584	95.469	
9	1.022	2.086	97.555	1.022	2.086	97.555	
10	.827	1.688	99.244				
11	.371	.756	100.000				
12	4.199E-15	8.569E-15	100.000				
13	3.551E-15	7.247E-15	100.000				
14	2.226E-15	4.542E-15	100.000				
15	1.805E-15	3.683E-15	100.000				
16	1.508E-15	3.077E-15	100.000				

17	1.307E-15	2.668E-15	100.000				
18	1.072E-15	2.188E-15	100.000				
19	9.970E-16	2.035E-15	100.000				
20	8.913E-16	1.819E-15	100.000				
21	7.795E-16	1.591E-15	100.000				
22	7.317E-16	1.493E-15	100.000				
23	6.329E-16	1.292E-15	100.000				
24	4.323E-16	8.822E-16	100.000				
25	3.445E-16	7.030E-16	100.000				
26	2.937E-16	5.995E-16	100.000				
27	2.231E-16	4.553E-16	100.000				
28	1.695E-16	3.460E-16	100.000				
29	1.048E-16	2.140E-16	100.000				
30	4.930E-32	1.006E-31	100.000				
31	-5.577E-18	-1.138E-17	100.000				
32	-6.220E-17	-1.269E-16	100.000				
33	-1.135E-16	-2.316E-16	100.000				
34	-1.645E-16	-3.357E-16	100.000				
35	-2.032E-16	-4.146E-16	100.000				
36	-2.417E-16	-4.932E-16	100.000				
37	-3.277E-16	-6.689E-16	100.000				
38	-4.469E-16	-9.121E-16	100.000				
39	-4.979E-16	-1.016E-15	100.000				
40	-5.960E-16	-1.216E-15	100.000				
41	-6.801E-16	-1.388E-15	100.000				
42	-7.565E-16	-1.544E-15	100.000				
43	-9.096E-16	-1.856E-15	100.000				
44	-1.063E-15	-2.169E-15	100.000				
45	-1.225E-15	-2.501E-15	100.000				
46	-1.256E-15	-2.562E-15	100.000				
47	-1.342E-15	-2.739E-15	100.000				
48	-1.526E-15	-3.114E-15	100.000				
49	-2.427E-15	-4.954E-15	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix[a]

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
الرئيسي المجال	-.111-	-.351-	.651	.623			.186	
واضحة اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك	-.120-	.434	.703		-.177-		-.451-	.1
متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم		.547	.686		.252		-.160-	-.25
الاتصالية وسائلها بتحديث الجمعية تقوم	-.281-	.697	-.352-	.455		-.246-		.1
للأنشطة كافية ميزانية الجمعية تخصص الاتصالية	.922	.204	-.167-				.164	.1
الاتصال في مختصون الجمعية في يوجد		.751		-.257-	.222	-.188-		-.43
تدريبية دورات الجمعية تعقد	.408	.803	-.129-	.153	-.184-			-.23
بفعالية الاجتماعي التواصل وسائل تستخدم	.816	.360		-.303-			.208	
ومنشورات مطبوعات تصدر	.497	.617	.125	-.417-		.181	.150	-.33
منتظمة إعلامية فعاليات تنظم	.567	.498	-.267-	.492	-.161-			
المحلية الإعلام وسائل مع تتواصل	-.488-	.670	-.371-	.194	.271	-.158-	-.114-	
الاجتماعية المناسبات تستثمر	.190	.801	-.121-	-.142-	.184		.180	-.43
إعلامية مؤسسات مع تعاون علاقات تقيم	-.213-	.914	-.163-		.140		.101	-.12
بقضايا الوعي نشر في الحملات تساهم الأيتام		.392	.741	.461	.167			
المواطنين تحفيز في الجمعية رسائل تؤثر	-.205-	.470	.775		.184		.104	-.25

المتطوعين استقطاب في تنجح	-.281-	.697	-.352-	.455		-.246-		.1
المالية التبرعات زيادة في تساعد	.129	.756	-.335-	.304		-.402-		.1
إيجابية صورة بناء في تسهم	.422	.678	-.230-	-.115-	.211	.144	.155	
الأنشطة نطاق توسيع في تساعد		.911	.153	-.175-	.191			.2
نجاحاتها إبراز فى تنجح	-.390-	.766		-.367-		.248		.2
التضامن روح تعزيز في تساهم	.890	.184	.188			.116	.221	
الملحة القضايا إبراز في تنجح	.661	.297		.477		.458	-.118-	
المحلى المجتمع إشراك في تساهم	.661	.297		.477		.458	-.118-	
السلوكيات في إيجابي لتغيير تؤدي	.884		.318	.199		.123		
الثقة جسور بناء في تساهم	.703	.482	.301	-.200-		.270		.1
المتخصصة الكوادر في نقص	.740	.255	.364	-.433-				.1
مالية صعوبات	-.752-		.471		-.128-	.342	.220	
بشكل العمل وقت استثمار على أحرص فعال	-.752-		.471		-.128-	.342	.220	
الإعلام لوسائل الوصول صعوبة		-.367-	.119	.343	.816			
واضحة اتصالية لخطة تفتقر	-.811-		.178		.348	.300	.257	
الأنشطة فعالية قياس صعوبة	.671		.530			-.437-	.206	.1
الجمعيات بين شديدة منافسة	.741	-.137-	.592	-.106-		-.141-	.141	.1
الأقسام بين التنسيق ضعف		.208	.683	-.565-	-.145-		-.272-	.1
الحديثة التقنيات استخدام صعوبة	.505	-.628-	.376		-.359-	-.101-	.192	
التقليدية الأساليب في للتغيير مقاومة		-.251-	.564	.456	.303		-.297-	-.16
الشرائح لكافة الرسائل إيصال صعوبة	.527		.308	.214	-.161-	-.716-	-.154-	
للعمل المنظمة واللوائح بالقوانين أتقيد	.247	.105	.318	.749		.462	-.146-	
شاملة لاستراتيجية تحتاج		-.367-	.119	.343	.816			
أكبر ميزانية تخصيص	.741	-.137-	.592	-.106-		-.141-	.141	.1
بمختصين الاستعانة	-.225-	-.722-	.110	.282	-.416-	.143	.292	-.23
التدريبية الدورات تكثيف	-.745-	.270	.354	.217	-.213-	-.187-	.312	
التواصل وسائل من الاستفادة		.138		.894	-.277-	.118	.248	
الإعلام مع العلاقات توثيق	-.797-	.442	.316		-.144-		.141	
مبتكرة أساليب تطوير	-.589-	.523	.392	.174		-.318-	-.126-	
بيانات قاعدة إنشاء	-.797-	.442	.316		-.144-		.141	
الأقسام بين التنسيق تعزيز	-.403-	-.128-	.122	.111	.290		.558	.2
الفعالية قياس معايير تبني	.144	.515	.142	.410	-.666-		.116	
جاذب محتوى تطوير	-.532-	.708	.145	.136	-.196-	.163	-.269-	.1
إعلامية شراكات إقامة	-.674-		.219	.148	-.489-	-.311-	-.178-	-.10

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 9 components extracted.

Rotated Component Matrix[a]

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
الرئيسي المجال	-.113-	-.365-	.434	.439		.431	.451	-.12
واضحة اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك			.278	.107	.913	.101	-.114-	
متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم	.249	.142	.260	.165	.667	.133	.249	.4
الاتصالية وسائلها بتحديث الجمعية تقوم	-.238-	.896	.101	.287				
للأنشطة كافية ميزانية الجمعية تخصص الاتصالية	.738		-.526-	.235	-.129-	.150		
الاتصال في مختصون الجمعية في يوجد		.525		-.193-	.120			.7
تدريبية دورات الجمعية تعقد	.305	.522	-.174-	.375		.128	-.385-	.4
بفعالية الاجتماعي التواصل وسائل تستخدم	.771	.100	-.387-			.141	-.107-	.3
ومنشورات مطبوعات تصدر	.622				.149	-.119-	-.319-	.6
منتظمة إعلامية فعاليات تنظم	.305	.456	-.321-	.574	-.246-	.249	-.253-	.1
المحلية الإعلام وسائل مع تتواصل	-.291-	.910	.150			-.190-		.1
الاجتماعية المناسبات تستثمر	.280	.488					-.110-	.7
إعلامية مؤسسات مع تعاون علاقات تقيم		.713	.211		.167	-.284-		.5
بقضايا الوعي نشر في الحملات تساهم الأيتام	.211	.202	.461	.386	.396	.335	.244	
المواطنين تحفيز في الجمعية رسائل تؤثر	.190		.606		.510	.183	.173	.4
المتطوعين استقطاب في تنجح	-.238-	.896	.101	.287				
المالية التبرعات زيادة في تساعد	.131	.900	-.100-	.182	-.110-	.256	-.142-	.1
إيجابية صورة بناء في تسهم	.577	.514	-.156-		-.107-	-.222-	-.113-	.3
الأنشطة نطاق توسيع في تساعد	.528	.676	.237		.297	-.153-	-.108-	.2
نجاحاتها إبراز في تنجح	.125	.571	.370	-.165-	.382	-.506-	-.196-	.1
التضامن روح تعزيز في تساهم	.818	-.128-	-.277-	.308		.182		.1
الملحة القضايا إبراز في تنجح	.407	.107	-.397-	.786		-.153-		
المحلي المجتمع إشراك في تساهم	.407	.107	-.397-	.786		-.153-		
السلوكيات في إيجابي لتغيير تؤدي	.709	-.187-	-.352-	.396		.229		
الثقة جسور بناء في تساهم	.854		-.134-	.215	.304		-.257-	.1
المتخصصة الكوادر في نقص	.898		-.136-	-.117-	.224	.156	-.227-	
مالية صعوبات	-.229-	-.154-	.887		.194	-.291-		
بشكل العمل وقت استثمار على أحرص فعال	-.229-	-.154-	.887		.194	-.291-		
الإعلام لوسائل الوصول صعوبة							.980	
واضحة اتصالية لخطة تفتقر	-.322-		.701	-.209-		-.427-	.403	
الأنشطة فعالية قياس صعوبة	.633	-.131-			.115	.730	.127	
الجمعيات بين شديدة منافسة	.750	-.373-	-.104-		.189	.461	.167	
الأقسام بين التنسيق ضعف	.330	-.173-	.218	-.329-	.810		-.164-	
الحديثة التقنيات استخدام صعوبة	.241	-.804-	-.129-			.476		-.11
التقليدية الأساليب في للتغيير مقاومة		-.233-		.222	.143	.228	.359	

الشرائح لكافة الرسائل إيصال صعوبة	.183		-.306-		.129	.897		
للعمل المنظمة واللوائح بالقوانين أتقيد	.105			.875	.231		.346	
شاملة لاستراتيجية تحتاج							.980	
أكبر ميزانية تخصيص	.750	-.373-	-.104-		.189	.461	.167	
بمختصين الاستعانة	-.434-	-.723-	.242	.263	-.321-	.149		-.16
التدريبية الدورات تكثيف	-.354-	.239	.862			.207		
التواصل وسائل من الاستفادة	-.157-	.163		.896	-.280-	.224		
الإعلام مع العلاقات توثيق	-.268-	.322	.826	-.137-	.265	-.104-	-.176-	
مبتكرة أساليب تطوير	-.234-	.533	.598		.331	.213		
بيانات قاعدة إنشاء	-.268-	.322	.826	-.137-	.265	-.104-	-.176-	
الأقسام بين التنسيق تعزيز			.588	-.127-	-.332-		.385	-.22
الفعالية قياس معايير تبني		.216	.176	.707	.231	.227	-.470-	
جاذب محتوى تطوير	-.262-	.545	.399	.238	.550	-.240-	-.212-	
إعلامية شراكات إقامة	-.719-		.381		.346	.307	-.230-	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 24 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	.696	-.165-	-.604-	.234	-.062-	.233	-.054-	.084	.015
2	.258	.752	.171	.173	.276	-.094-	-.247-	.402	-.033-
3	.290	-.353-	.523	.070	.560	.327	.164	.034	.252
4	-.277-	.202	.014	.789	-.169-	.284	.277	-.176-	.205
5	.176	.236	-.078-	-.273-	-.090-	-.185-	.844	.153	.233
6	.153	-.300-	.101	.429	.049	-.830-	.012	.017	.032
7	.312	-.079-	.528	.056	-.640-	.131	.062	.174	-.393-
8	.335	.292	.113	-.063-	.089	-.082-	.039	-.855-	-.196-
9	-.155-	-.069-	-.155-	.147	.387	.053	.338	.119	-.803-

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	.696	-.165-	-.604-	.234	-.062-	.233	-.054-	.084	.015
2	.258	.752	.171	.173	.276	-.094-	-.247-	.402	-.033-
3	.290	-.353-	.523	.070	.560	.327	.164	.034	.252
4	-.277-	.202	.014	.789	-.169-	.284	.277	-.176-	.205
5	.176	.236	-.078-	-.273-	-.090-	-.185-	.844	.153	.233

6	.153	-.300-	.101	.429	.049	-.830-	.012	.017	.032
7	.312	-.079-	.528	.056	-.640-	.131	.062	.174	-.393-
8	.335	.292	.113	-.063-	.089	-.082-	.039	-.855-	-.196-
9	-.155-	-.069-	-.155-	.147	.387	.053	.338	.119	-.803-

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
اتصالية استراتيجية الجمعية تمتلك واضحة	30	1	5	2.90	1.242
متنوعة اتصال وسائل الجمعية تستخدم	30	1	5	3.13	1.106
الاتصالية وسائلها بتحديث الجمعية تقوم	30	1	5	4.30	.877
للأنشطة كافية ميزانية الجمعية تخصص الاتصالية	30	2	5	4.07	1.311
الاتصال في مختصون الجمعية في يوجد	30	3	5	4.07	.785
تدريبية دورات الجمعية تعقد	30	3	5	4.33	.661
الاجتماعي التواصل وسائل تستخدم بفعالية	30	2	5	3.90	1.125
ومنشورات مطبوعات تصدر	30	2	5	3.90	1.155
منتظمة إعلامية فعاليات تنظم	30	3	5	4.63	.669
المحلية الإعلام وسائل مع تتواصل	30	3	5	4.40	.563
الاجتماعية المناسبات تستثمر	30	3	5	3.93	.944
إعلامية مؤسسات مع تعاون علاقات تقيم	30	3	5	4.00	.830
Valid N (listwise)	30				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
بقضايا الوعي نشر في الحملات تساهم الأيتام	30	2	5	4.17	.791
المواطنين تحفيز في الجمعية رسائل تؤثر	30	1	5	3.60	1.429
المتطوعين استقطاب في تنجح	30	1	5	4.30	.877
المالية التبرعات زيادة في تساعد	30	1	5	4.07	.785
إيجابية صورة بناء في تسهم	30	3	5	4.10	.712
الأنشطة نطاق توسيع في تساعد	30	3	5	3.60	.770
نجاحاتها إبراز في تنجح	30	2	5	3.53	1.224
التضامن روح تعزيز في تساهم	30	2	5	4.33	1.093

الملحة القضايا إبراز في تنجح	30	1	5	4.43	1.040
المحلي المجتمع إشراك في تساهم	30	1	5	4.43	1.040
السلوكيات في إيجابي لتغيير تؤدي	30	4	5	4.63	.490
الثقة جسور بناء في تساهم	30	3	5	4.03	.765
Valid N (listwise)	30				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المتخصصة الكوادر في نقص	30	2	5	3.90	1.062
مالية صعوبات	30	4	5	4.50	.509
بشكل العمل وقت استثمار على أحرص فعال	30	4	5	4.50	.509
الإعلام لوسائل الوصول صعوبة	30	4	5	4.83	.379
واضحة اتصالية لخطة تفتقر	30	4	5	4.40	.498
الأنشطة فعالية قياس صعوبة	30	4	5	4.70	.466
الجمعيات بين شديدة منافسة	30	4	5	4.73	.450
الأقسام بين التنسيق ضعف	30	4	5	4.33	.479
الحديثة التقنيات استخدام صعوبة	30	4	5	4.57	.504
التقليدية الأساليب في للتغيير مقاومة	30	4	5	4.90	.305
الشرائح لكافة الرسائل إيصال صعوبة	30	3	5	4.57	.568
للعمل المنظمة واللوائح بالقوانين أتقيد	30	4	5	4.87	.346
Valid N (listwise)	30				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
شاملة لاستراتيجية تحتاج	30	4	5	4.83	.379
أكبر ميزانية تخصيص	30	4	5	4.73	.450
بمختصين الاستعانة	30	3	5	4.67	.661
التدريبية الدورات تكثيف	30	3	5	4.43	.568
التواصل وسائل من الاستفادة	30	3	5	4.63	.669
الإعلام مع العلاقات توثيق	30	3	5	4.10	.923
مبتكرة أساليب تطوير	30	3	5	4.50	.572
بيانات قاعدة إنشاء	30	3	5	4.10	.923
الأقسام بين التنسيق تعزيز	30	3	5	4.40	.563
الفعالية قياس معايير تبني	30	3	5	4.03	.490
جاذب محتوى تطوير	30	3	5	4.00	.947
إعلامية شراكات إقامة	30	3	5	4.30	.651

Valid N (listwise)	30				